PORSCHE

MANUAL DA MARCA 2023

ÍNDICE

01 FUNDAMENTOS

04 INTRODUÇÃO
05 PRINCÍPIOS DE DESIGN
08 LOGOTIPO E BRASÃO
14 ASSINATURAS
17 LOGOS DOS MODELOS
19 TIPOGRAFIA
23 CORES
27 ÍCONES E PICTOGRAMAS
28 SISTEMA DE LAYOUT
33 FOTOGRAFIA

02 MÍDIA IMPRESSA

35 INTRODUÇÃO
36 MÍDIA IMPRESSA
41 ANÚNCIOS
48 MÍDIA EXTERNA

03 MÍDIA DIGITAL

61 INTRODUÇÃO
64 SISTEMA DE DESIGN DIGITAL
65 MANUAL DE MÍDIAS SOCIAIS
69 FORMATOS DE CONTEÚDO
71 E-MAILS E NEWSLETTER

PORSCHE

01

FUNDAMENTOS

INTRODUÇÃO

Noções básicas de design

Nossos elementos de design formam a base da comunicação visual da marca Porsche.

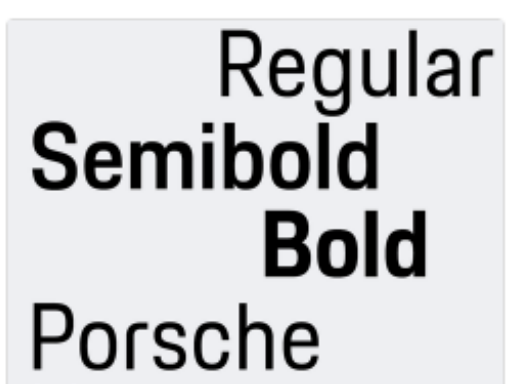
Eles são baseados nos princípios da marca e incluem o logotipo e o brasão da Porsche, bem como nossas assinaturas, cores, fontes e tipografia. Com nosso sistema de layout, todas as mídias podem ser utilizadas de forma consistente e com alto grau de flexibilidade criativa.

Logotipo
Veja como usar o logotipo em todos os tamanhos e variações.

Brasão
Veja como usar o brasão em casos especiais.

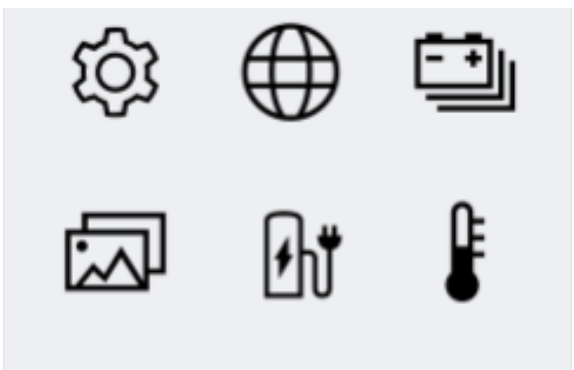
Assinaturas
As regras especiais para divisões e submarcas podem ser consultadas aqui.

Logo dos modelos
Seu uso é limitado e só deve aparecer em campanhas específicas.

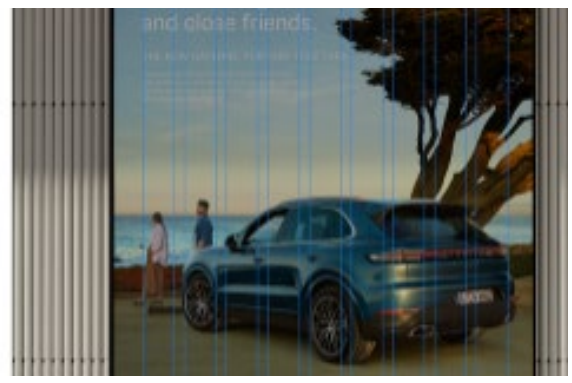


Tipografia
Nosso estilo de letra cria coerência visual em toda a nossa comunicação.

Cores
Conheça nossa paleta de cores e saiba mais sobre as possibilidades de aplicação.



Ícones e pictogramas
Conheça nossa vasta biblioteca para uso em mídia digital e impressa.



Sistema de layout
Com regras e especificações gerais, você pode criar para todos os tipos de mídia.

PRINCÍPIOS DE DESIGN

Marca

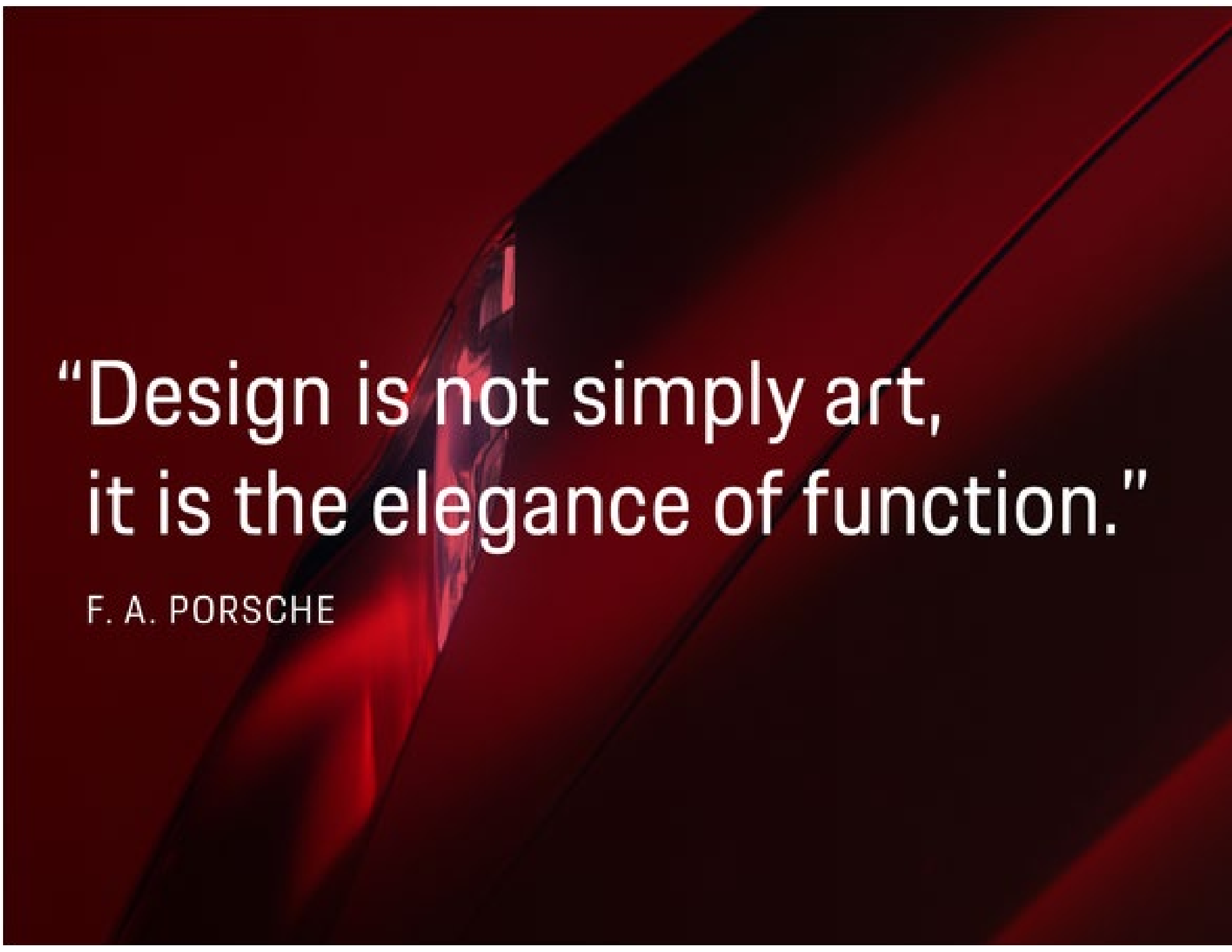
Ferry Porsche construiu um carro imaginado por ele, que nasceu de sua motivação interior, mas que ainda não tinha visto nas ruas. Esta realização do sonho de um automóvel é o ponto de partida para a história da marca Porsche e para a nossa filosofia.

DNA da marca

Nosso DNA é a essência da identidade como empresa. Define o que torna a Porsche única e diferente dos concorrentes, e gera nos clientes um desejo de comprar um Porsche.

A Porsche começou com um sonho. Um sonho de um carro que ainda não estava nas ruas. Um sonho para avançar, aspirar e imaginar tudo o que poderia ser.

Através de uma precisão meticulosa, da engenharia alemã e do compromisso com a beleza funcional, a Porsche aproxima as pessoas de tornarem os seus sonhos realidade.



“Design não é simplesmente arte, é a elegância da função.” F. A. Porsche

História e filosofia da marca

A essência dos sonhos – Um sonho, um carro, um ícone.

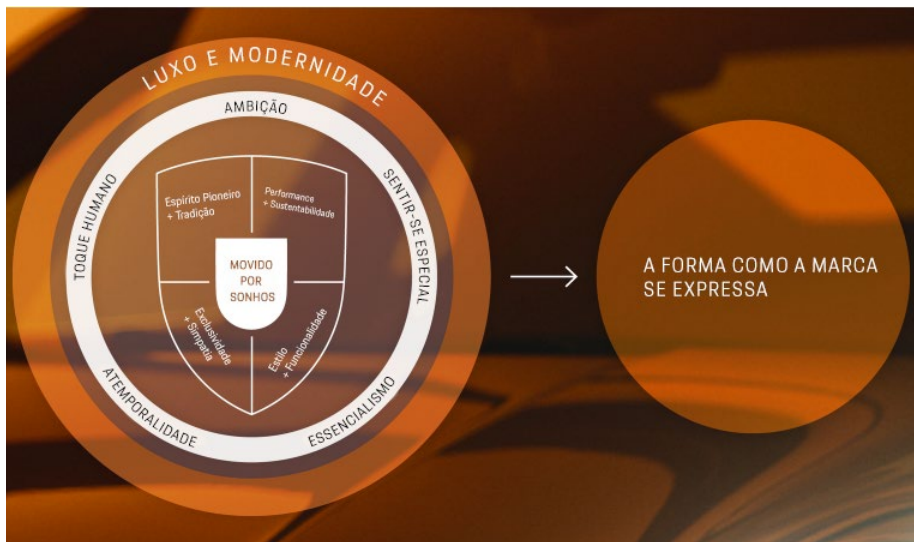
A ambição de Ferry Porsche combinou estética incomparável e desempenho absoluto para criar o carro esportivo perfeito. Em 75 anos de superação de limites, somos impulsionados pela ligação da contradição, unindo o homem e a máquina numa personificação atemporal do design emocional e da engenharia alemã.

Ninguém preenche a lacuna entre o sonho e a realidade, a beleza e o poder como a Porsche consegue. Esses laços poderosos definiram a marca como um ícone do luxo moderno. Na Porsche, criamos experiências inesquecíveis. Experiências para quem segue seus sonhos.

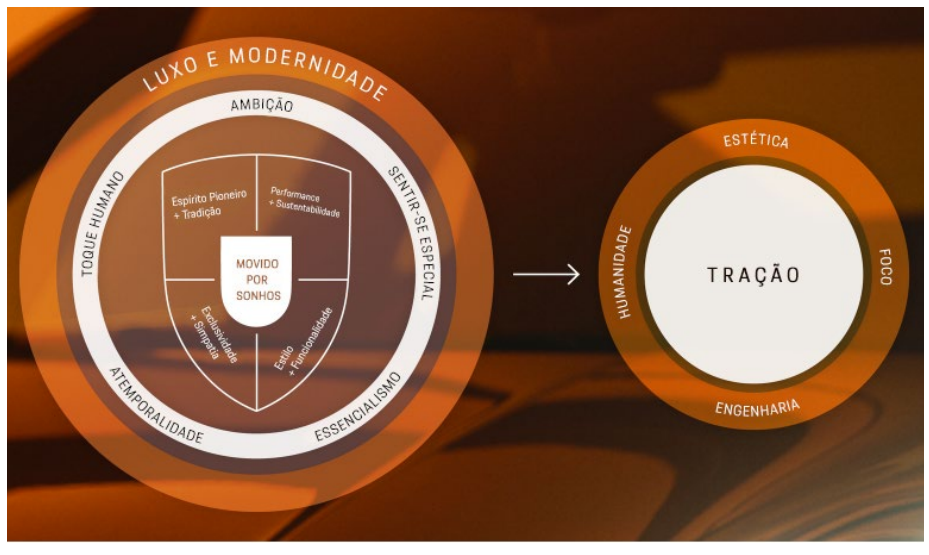
Dando vida à filosofia da marca

A descrição da marca e o seu posicionamento constituem a base para a aplicação do design, que envolve a expressão visual e atinge todos os pontos de contato com a marca – incluindo sensações de toque, cheiro e som.

A forma como a marca se expressa.



Expressão da marca que torna a Porsche única.



O significado de... “Unificado na tração”

A tração é uma ideia sempre presente e abrangente de reconciliar as contradições que caracterizam a marca Porsche. Ela gera conexões – do passado para o futuro – para criar uma expressão de marca reconhecível e memorável. É esta tração que transmitimos na nossa filosofia e princípios de design. É aqui que a tração encontra a sua expressão.

Engenharia

Excelente – Perfeito – Alto Desempenho – Inovador
Acreditamos no poder da engenharia.

O nosso compromisso inabalável com a perfeição, combinado com o desejo de superar os limites do que é possível, sempre esteve na vanguarda do nosso espírito inovador.

Desde o início, a nossa atenção meticulosa aos detalhes e o foco na inovação permitiram-nos desenvolver uma vasta experiência em design de alto desempenho.

Vivemos pela excelência, buscamos a precisão e sonhamos adiante.

COMPOSIÇÕES ESTRUTURADAS E CLARAS

TIPOGRAFIA PRECISA

EXCELÊNCIA ATRAVÉS DE IMAGENS DE PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE

SUPERFÍCIES OUSADAS E METÁLICAS

TONS DE CINZA INCRÍVEIS

DETALHES E CLOSE-UPS

DINÂMICA E PERFORMANCE

PERFEIÇÃO ATRAVÉS DA CONCENTRAÇÃO

Estética

Icônico – Clássico – Atemporal – Aberto
Acreditamos que forma e composição se unem em cada detalhe do nosso design.

Usando contraste e caráter progressivo, representamos sofisticação.

O nosso legado icônico resulta de uma fusão harmoniosa entre o apego à história e um impulso para a inovação. A natureza aberta e adaptável da Porsche permite-nos evoluir enquanto permanecemos atemporais.

É uma combinação magistral de beleza e função. É quem nós somos.

INTERPRETAÇÃO MODERNA DE ÍCONES CLÁSSICOS

CRIE ESPAÇOS ABERTOS
CARÁTER CRIATIVO E PROGRESSIVO

NOVOS ÂNGULOS E PERSPECTIVAS GRÁFICAS
ESTÉTICA PRETO E BRANCO
INTERPRETAÇÃO MODERNA DE ÍCONES CLÁSSICOS

Humanidade

Autêntico – Orgânico – Emocional – Criativo
Temos emoções, desejos e sonhos.

O primeiro Porsche foi o resultado da visão do nosso fundador. Cada veículo que construímos desde então reflete os sonhos de quem o dirige.

A Porsche é movida pela proximidade humana com autenticidade – um espírito orgânico no coração. Dirigir um Porsche é simplesmente de tirar o fôlego. O coração de quem pilota um carro como este bate mais forte, com certeza. A paixão que nos move toca a alma de cada um dos nossos consumidores.

LAYOUTS REDUZIDOS

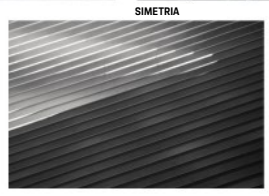
FOCO CLARO

ESPAÇOS CALMOS

LINHAS E FUNDOS LIMPOS
FORMAS SIMPLES
SIMETRIA

CONFIGURAÇÕES MONOCROMÁTICAS

ACABAMENTOS DE IMPRESSÃO DELICADAS



LAYOUTS BALANCEADOS

Foco

Claro – Reduzido – Essencial – Calmo
Foco é um estado de concentração com intenção pura.

Sempre foi uma marca essencial do nosso sucesso. Nossa direção clara libera a criatividade e a força dentro de nós.

Nós nos concentramos no essencial com uma mentalidade afiada e funcional. Somos calmos, concisos e nos comunicamos com significado.

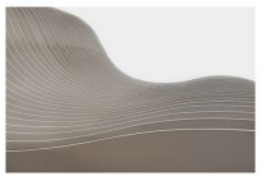
CONFIGURAÇÕES CRIATIVAS

INTERAÇÃO HUMANA E ASSINATURAS DE MODELOS MANUSCRITAS

EXPRESSÕES EMOCIONAIS

METAIS QUENTES

FORMAS ORGÂNICAS E CANTOS ARREDONDADOS



LUZ QUENTE

EXPERIÊNCIAS HÁPTICAS

MATERIAIS NATURAIS

PERSPECTIVAS CRIATIVAS

LOGOTIPO E BRASÃO

Visão geral

Todas as empresas precisam de uma "marca" – um símbolo ou imagem que a represente e diferencie dos concorrentes. Uma logo energiza uma marca com perfil claro e imagem uniforme. Também representa a reputação, o nome e a qualidade do produto de uma empresa.

O logotipo Porsche (ou seja, a palavra "Porsche") e o símbolo do brasão trabalham juntos em vários níveis – amplificando nossa marca em todo o mundo. Sempre use cada elemento separadamente, nunca combine logotipo e brasão, como acontece com o carro físico.

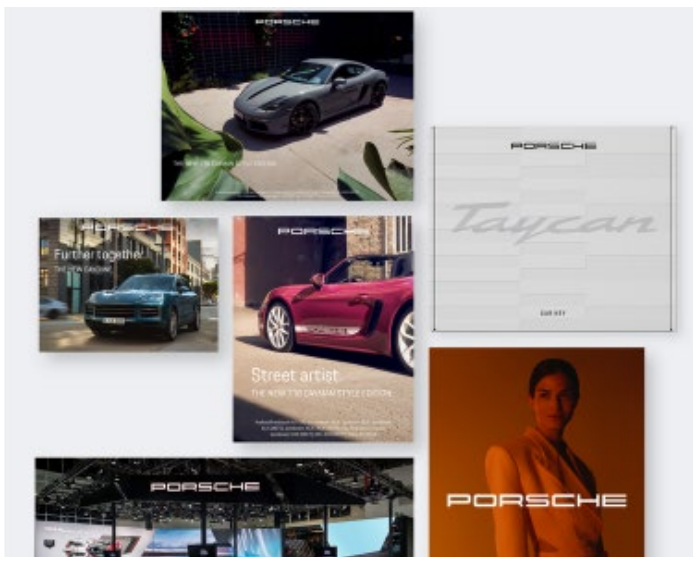
PORSCHE

Uso

Quando o brasão e o logotipo estão visíveis, nós os exibimos separadamente em áreas diferentes.

O logotipo é o elemento básico da marca.
Nós o usamos em toda a nossa comunicação.

Só aplicamos o brasão fora do carro se ele oferecer uma solução visual melhor do que o logotipo. Utilizamos o brasão para proporcionar uma experiência tátil, seja como objeto tridimensional, seja em formato refinado (por exemplo, uma execução envernizada).



O logotipo e suas diversas aplicações

O brasão como um objeto tridimensional

Consulte a seção Uso do brasão para obter mais informações.

LOGOTIPO

A marca Porsche é facilmente reconhecida. É uma ligação tangível para uma lenda icônica da engenharia. É por isso que não é por acaso que o logotipo da marca reflete os nossos princípios de design. Sua construção técnica simboliza a excelência da engenharia – com letras maiúsculas alongadas que se alinham a uma grade subjacente de retângulos horizontais. O formato de letras exclusivas representam uma estética atemporal. As bordas arredondadas, equilibradas e linhas limpas refletem nossa linguagem de design focada no ser humano.

PORSCHE

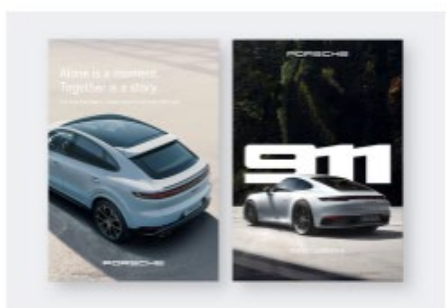
Logotipo Porsche

O logotipo é usado apenas da maneira mostrada cima. Nunca utilize-o de outra forma.

Certifique-se de usá-lo sempre com a nova composição, pois as proporções mudaram.

Uso do logo

O logo é nosso elemento básico de design. Ele é usado em todo o cenário de comunicação da Porsche como nossa identificação. Também o usamos como base para interações de design em todo o sistema comunicacional.



Variações de cores

São possíveis duas combinações de cores do logotipo: preto sobre branco ou branco sobre preto.

Com exceção dos acabamentos, nunca utilizamos outras cores.

PORSCHE

PORSCHE

Cores de acabamento

Em casos especiais, aplicamos o logotipo em preto absoluto, prata, hot stamping ou verniz.

PRETO ABSOLUTO
Em alguns casos (por exemplo, embalagem), use preto absoluto de alta qualidade em relação ao preto monocromático como cor de fundo.

PRATA
Em publicações para eventos especiais (por exemplo, relatórios anuais, embalagens, etc.), que pretendem se destacar dos meios de comunicação tradicionais, utilizamos o prata como cor de acabamento. Não utilizamos tons dourados para isso.

Área de proteção

A área de proteção determina a distância mínima do logotipo. Nenhum outro elemento pode ser colocado no espaço.

A distância de proteção é sempre sua própria altura ao redor. A referência é a “altura P”.

Tamanho mínimo

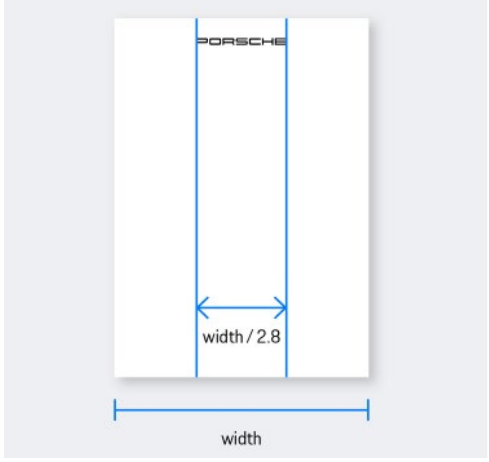
Em geral, aplica-se um tamanho mínimo de 25 mm a todos os meios de comunicação impressos.

Para mídia digital ou para embalagens de produtos, outros tamanhos podem ser usados.

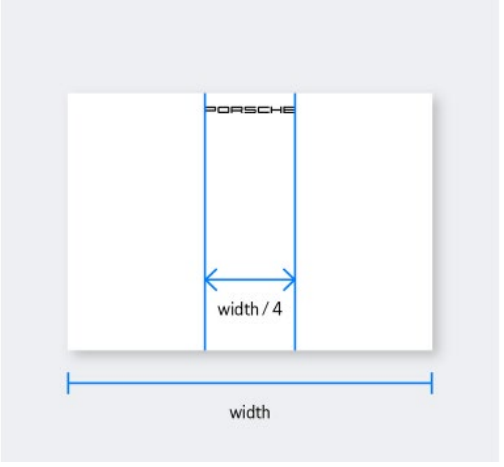
Nestes casos, deverá haver aprovação da Porsche Brand Management.

Tamanhos de formato

O tamanho é baseado na largura do logotipo. Pode ser facilmente calculado para formatos regulares. Formatos especiais, extremos ou específicos de mídia (por exemplo, banners da web, roll-ups, cartões de visita ou elementos de sinalização) podem ser diferentes.



FORMATO VERTICAL
Largura do formato dividida por 2,8 = largura do logotipo.



FORMATO HORIZONTAL
Largura do formato dividida por 4 = largura do logotipo.

Não fazer

Não combine o logotipo com o brasão.

Não adicione uma borda.

Não use outras cores além de preto e branco.

Não aplique um estilo de fonte de contorno.

Não distorça de forma alguma.

Não altere o espaçamento entre letras.

A fonte Porsche é reservada exclusivamente para o logotipo. Não a use para nenhuma outra aplicação.

Não combine com quaisquer outras palavras ou símbolos.

Obtenha a aprovação prévia da Porsche Brand Management sempre que o logotipo aparecer com outros elementos de design (por exemplo, lockups, sinalização de concessionária).

BRASÃO

O brasão tridimensional colorido da Porsche é o símbolo lendário e icônico da nossa marca. Tem sido sinônimo de inovação desde a década de 1950. Atualizado pela última vez em 2023, representa os valores da nossa marca, mas também reflete os nossos princípios de design – graças à sua combinação equilibrada de elementos tradicionais e modernos. O brasão da Porsche expressa a função da nossa marca como nenhum outro elemento.

O brasão da Porsche

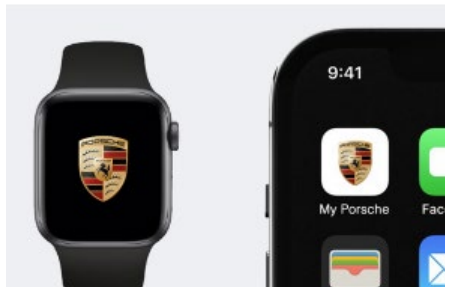
Uso

O uso do brasão é altamente restrito, não devendo ser tuilizado das seguintes maneiras:

- Como assinatura em meios clássicos.
- Como assinatura de layout.
- Como assinatura, se houver espaço suficiente, para o logotipo.
- No formato impresso em quatro cores sem qualquer tipo de acabamento de impressão.

Utilize-o com cuidado, nunca expondo-o demais em ambientes inadequados. Em vez disso, integre-o nos casos já aprovados. Confira:

Como um objeto tridimensional.

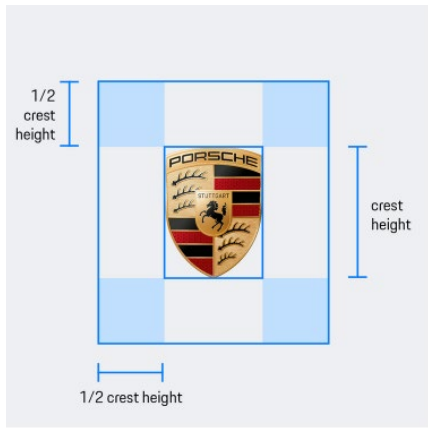


Como a melhor solução visual (por exemplo, em certas aplicações digitais com formatos quadrados ou espaço insuficiente para exibir o logotipo de forma destacada).

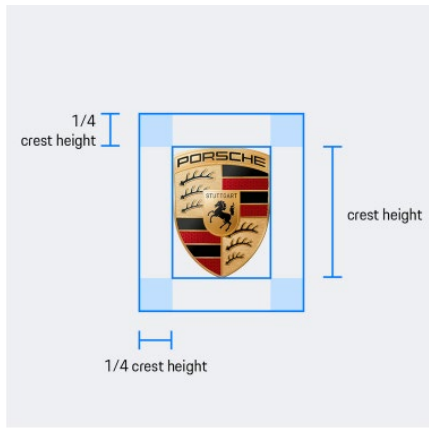
Como mídia impressa em acabamento de alta qualidade (por exemplo, em relevo ou com verniz).

O brasão é o destaque principal e proporciona uma contribuição emocional.

Área de proteção



Área de proteção ideal 1/2 da altura do brasão.



Área de proteção mínima 1/4 da altura do brasão.

Nenhum elemento gráfico pode ser colocado na área de proteção.

Variações de tamanho

O brasão está disponível em alta qualidade, em diferentes versões e tamanhos.

As versões diferem na quantidade de detalhes gráficos, efeito de profundidade 3D e tamanho do metal escovado.

Brasão Porsche XS

Brasão Porsche S

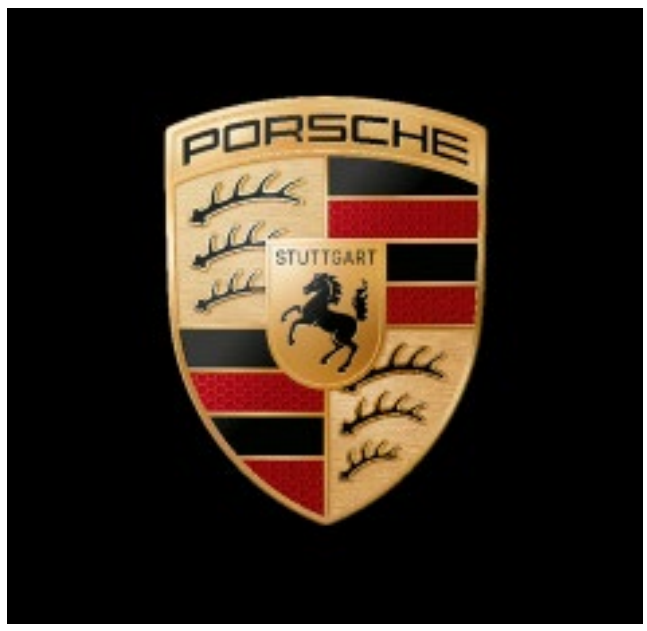
Brasão Porsche M

Brasão Porsche L

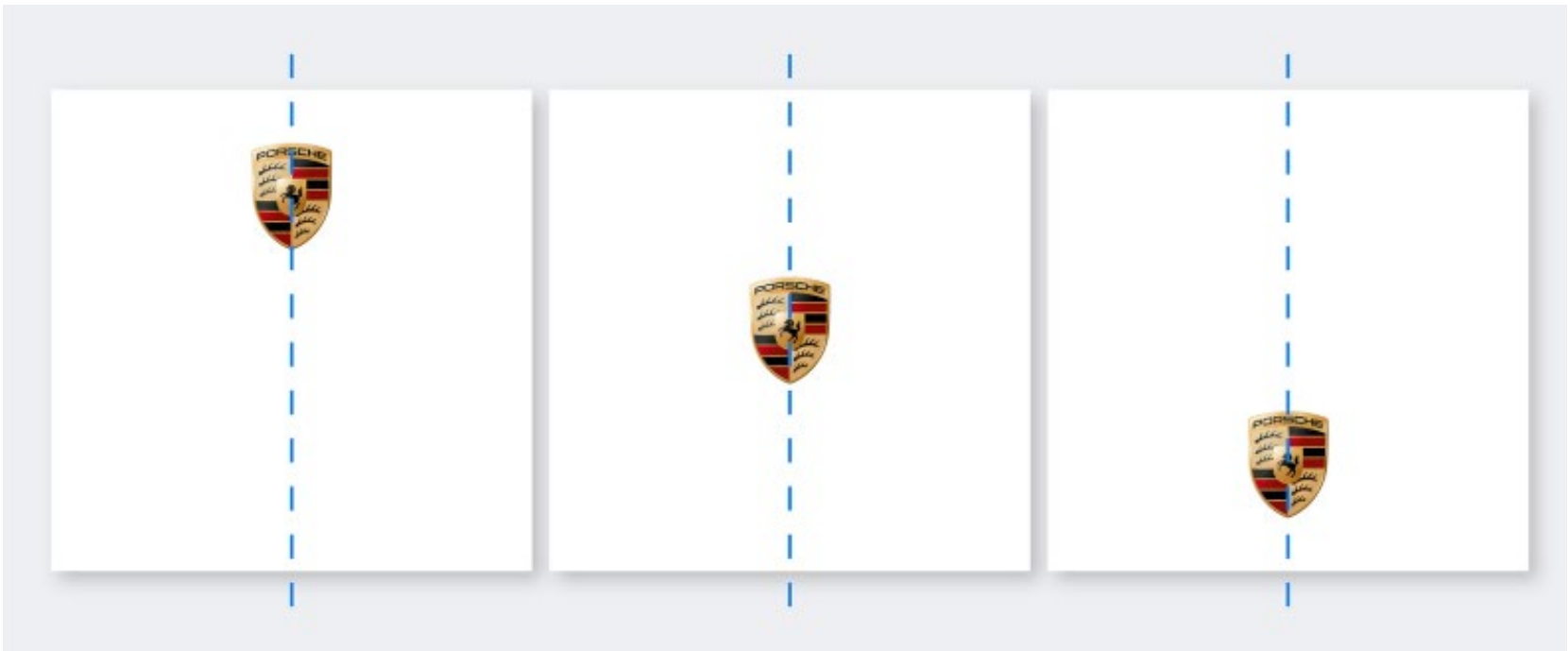
TAMANHOS	TAMANHO DIGITAL (ALTURA)	TAMANHO IMPRESSO (ALTURA)
XS	100 PX OU MENOS	ATÉ 14 MM
S	101–199 PX	15–29 MM
M	200 PIXELS OU MAIS	30–199 MM
L	--	200 MM E MAIS

Colocação geral

O brasão deve ser sempre aplicado sobre fundo branco, preto ou de cor sólida.



Deve ser sempre centralizado horizontalmente no layout.



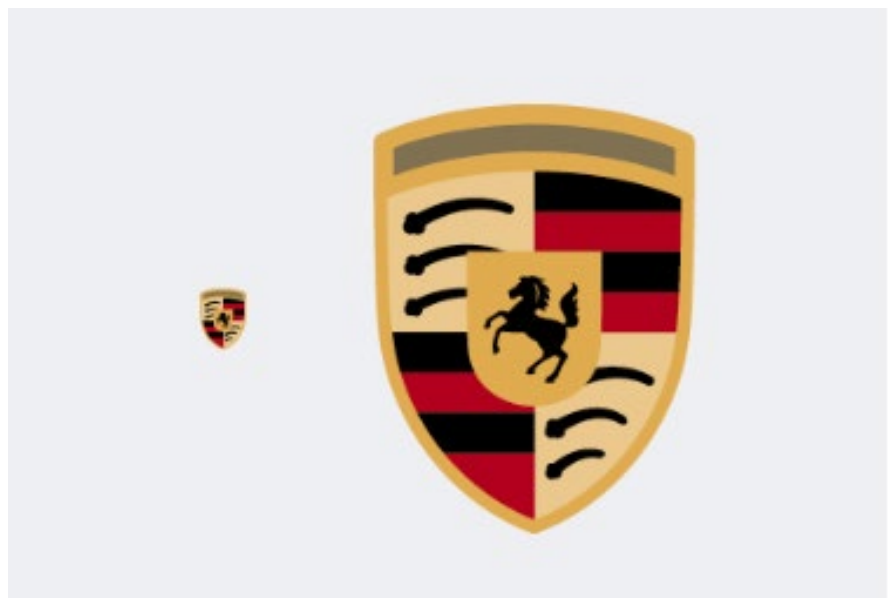
Variações de cores

Para algumas aplicações, usamos formatos especiais.

SÓLIDO – PADRÃO
Para processos de produção como corte de vinil, relevo ou gravação.

SÓLIDO – SIMPLIFICADO
Uma versão reduzida para tamanhos muito pequenos ou para processos de produção desafiadores (se os detalhes não puderem ser reproduzidos).

SÓLIDO – PADRÃO
Versões especiais para processos de produção, como bordados ou serigrafia em tamanhos pequenos.



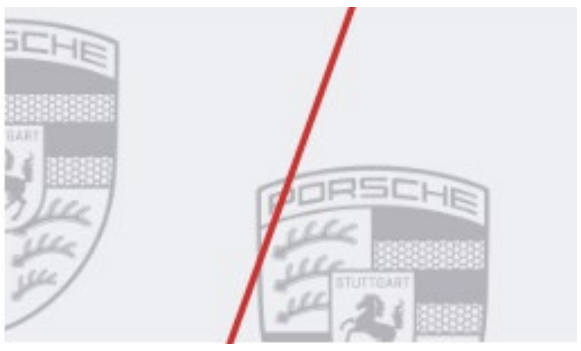
SÓLIDO – SIMPLIFICADO
Para tamanhos micro em mídia digital ou aplicações especiais (por exemplo, logotipo BIMI).

Não fazer

Não combine o brasão com o logotipo.

Não use o brasão com um fundo colorido.

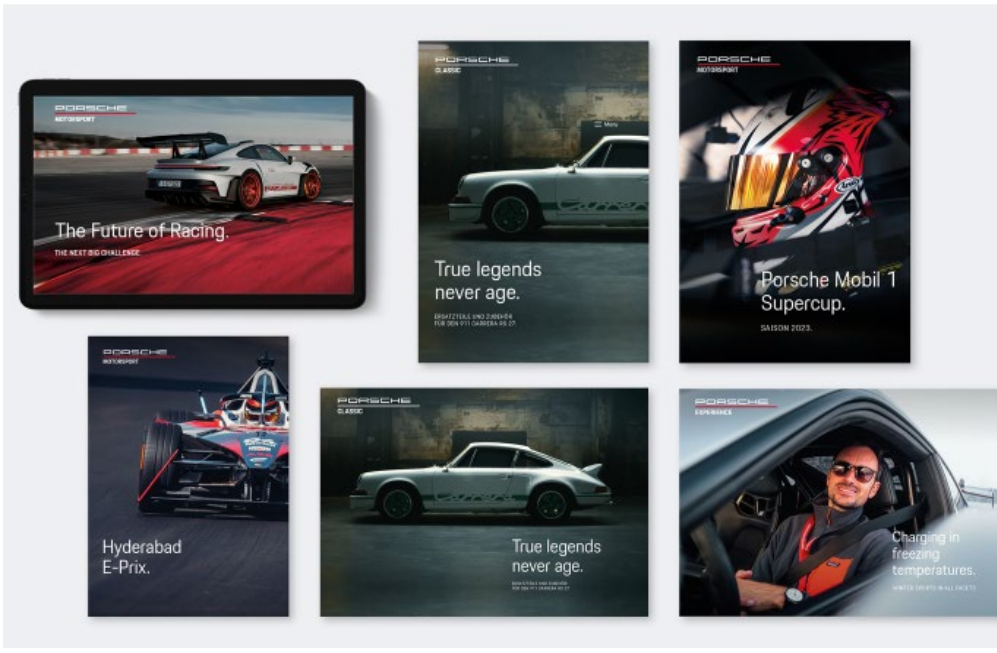
Não reproduza o brasão em cores não autorizadas.



Não use o brasão cortado.

Não use o brasão em fundos de imagem.

ASSINATURAS



As divisões e submarcas Porsche conferem à nossa marca uma emocionante sensação de poder e energia. Elas amplificam a percepção de nossa identidade. É como as pessoas nos identificam, e é por isso que parecemos tão diferentes dos nossos concorrentes.

Por isso, em vez da marca principal, usamos as assinaturas separadas para as divisões e submarcas Porsche definidas na comunicação. Também distinguimos elas pela cor da linha separadora do logotipo.

Assinaturas de plataforma

Comunicamos e diferenciamos as divisões Porsche Motorsport e Porsche Experience dando-lhes uma assinatura própria de divisão, substituindo a marca padrão da Porsche.

Observe:
Usamos a assinatura Motorsport exclusivamente para a Porsche Motorsport.

PORSCHE
MOTORSPORT

PORSCHE
EXPERIENCE

Assinaturas em fundos claros

PORSCHE
MOTORSPORT

PORSCHE
EXPERIENCE

Assinaturas em fundos escuros

Assinatura de aniversário

Campanhas especiais de aniversário são uma ótima maneira de aumentar o conhecimento da marca. Para conseguir isso, usamos assinaturas de aniversário em todas as mídias. No exemplo a seguir, as informações de aniversário aparecem logo abaixo do logotipo da Porsche com a linha separadora vermelha.

O evento de aniversário e o local aparecem abaixo da tipografia em no máximo duas linhas. Sempre colocamos elementos da assinatura individuais em linhas separadas.

PORSCHE
15 JAHRE
SPORTS CUP
DEUTSCHLAND

PORSCHE
15 JAHRE
SPORTS CUP
DEUTSCHLAND

Assinatura de aniversário da Porsche Sports Cup

PORSCHE
30 JAHRE
CARRERA CUP
DEUTSCHLAND

PORSCHE
30 JAHRE
CARRERA CUP
DEUTSCHLAND

Assinatura de aniversário da Porsche Carrera Cup

Estrutura da assinatura

As assinaturas das divisões Porsche consistem em três elementos: a marca Porsche, a linha separadora e o nome da divisão. Os elementos possuem tamanhos e distâncias de espaçamento definidos. O total dos elementos combinados não pode ocupar mais de três linhas. Não combinamos o nome da divisão e a extensão em uma única linha.

1. Porsche wordmark
2. Line
3. Designation: maximum two lines

1. Porsche wordmark
2. Line
3. Designation/location: maximum three lines

1. Porsche wordmark
2. Line
3. Anniversary information
4. Designation/location: maximum two lines

Variações de cores

Utilizamos em preto ou branco com a linha separadora vermelha. Colocamos letras brancas em fundos escuros e pretas sobre fundos claros.

Se uma assinatura da área for colocada sobre um fundo que não oferece contraste de cor suficiente com a linha separadora, definimos todos os elementos em branco ou preto. Isso cria uma sensação de harmonia com os outros elementos.

Variação com tipografia branca e uma linha separadora vermelha em um fundo de imagem claro e escuro

Evite pouco contraste entre a linha separadora e o fundo.

Modifique a linha separadora para garantir que haja contraste suficiente.

Exceção: Implementação monocromática negativa para mídias com fundos pretos monocromáticos.

Exceção: Implementação monocromática positiva para mídia com fundos monocromáticos claros

Distâncias e espaçamento

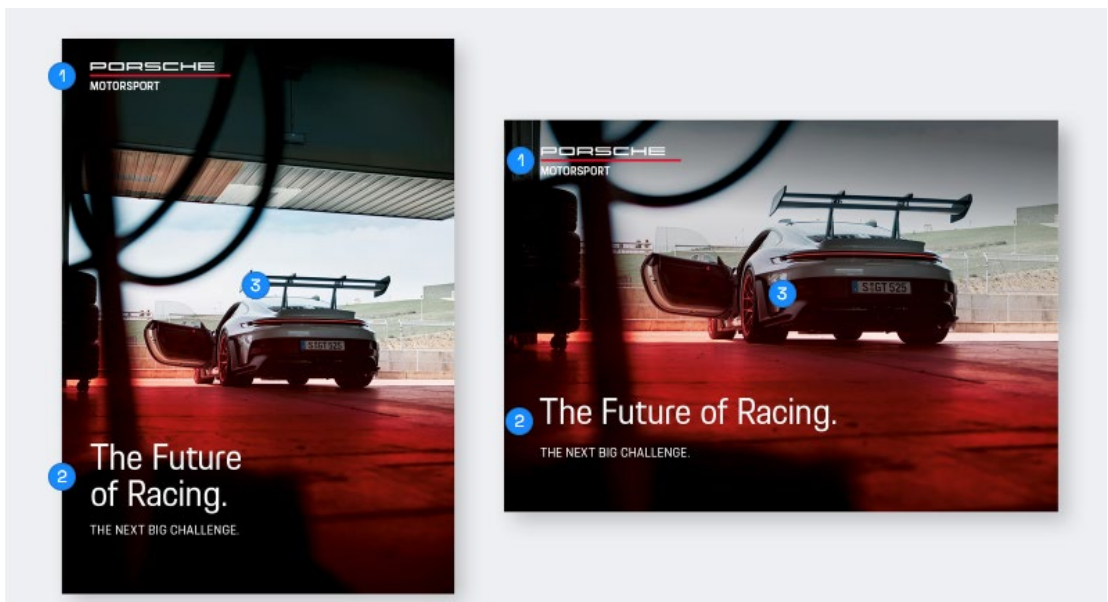
O espaço em volta do logotipo determina as distâncias mínimas. Não colocamos outros elementos em volta do logo. O espaço é o valor X. Também calculamos todas as outras distâncias de espaçamento (por exemplo, arestas e espaços de segurança) com X.

A distância da área ao redor é o valor X.

Construção do layout

Criar uma estrutura de layout com assinatura é similar ao nosso layout clássico. A principal diferença é que a assinatura substitui a marca Porsche. Sempre alinhamos a assinatura à esquerda no layout.

Todos os meios de comunicação impressos da Porsche, exceto a publicidade, utilizam a mesma estrutura. Nossa comunicação publicitária impressa não utiliza assinatura.



1 Platform signet
2 Text
3 Image motif

Posicionando as assinaturas e a área de texto

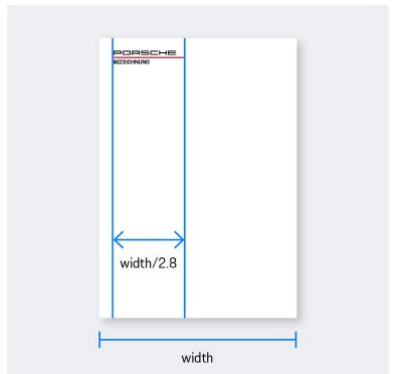
Depois de calcularmos as dimensões da assinatura, a posicionamos na margem esquerda superior do layout. Também podemos colocar o logotipo no canto inferior direito. Isso cria uma sensação de energia entre a imagem e outros elementos do layout.

Usamos os seguintes valores de distância para o espaçamento:

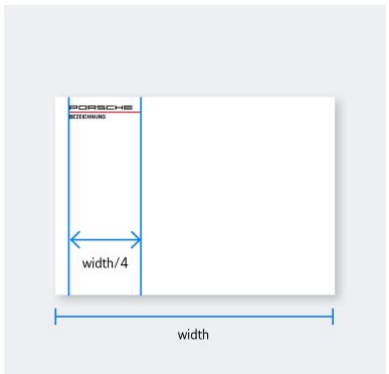
- Vertical: A distância até o topo = 3 X.
- Horizontal: A distância até o topo = 2 X.
- O valor X é 15/largura do logo Porsche.

Quando configuramos nossa área de texto, utilizamos o valor X à esquerda e à direita das bordas do formato.

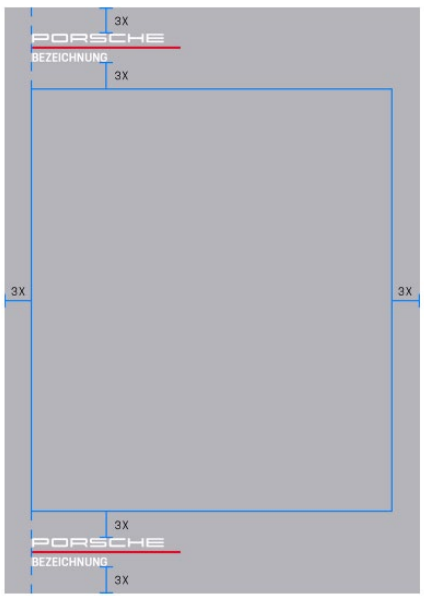
Consulte o sistema de layout para obter informações mais detalhadas sobre outros princípios de design.



Formato vertical
Divida a largura do formato por 2,8.



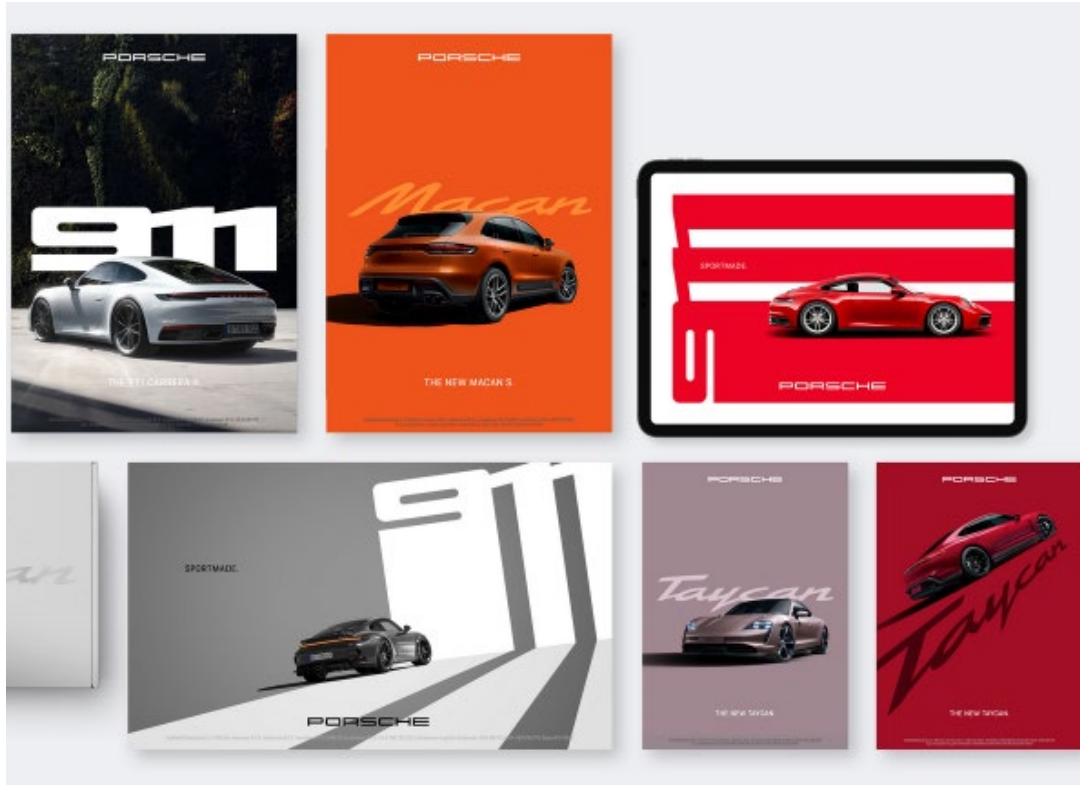
Formato horizontal
Divida a largura do formato por 4.



Portrait format
3 X to the top or bottom edge
3 X to the type area
3 X to the left and right format edge

Landscape format
2 X to the top or bottom edge
2 X to the type area
3 X to the left and right format edge

LOGOS DOS MODELOS



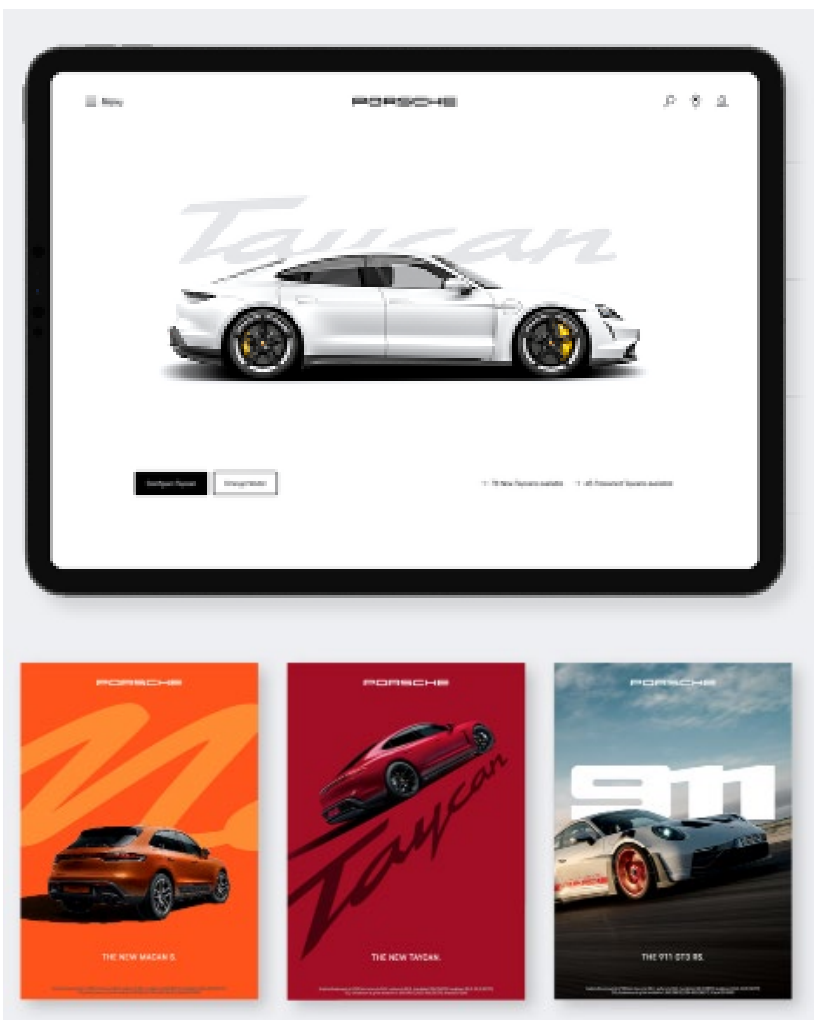
Os logos dos modelos são uma parte importante da história da Porsche. Ajuda as pessoas a diferenciar os veículos, bem como a identificar a nossa marca. Utilizamos os logos como elementos de design em todas as mídias. Por fim, também o aplicamos em casos muito especiais (por exemplo, campanhas específicas ou reforço de comunicação).

Somente logos fornecidos pela Porsche AG podem ser usados.

Uso

Usamos os logos dos modelos em tamanhos variados para se adequar a um layout ou comunicação específica. Dê preferência para o uso em tamanho grande para melhor integrá-los no layout.

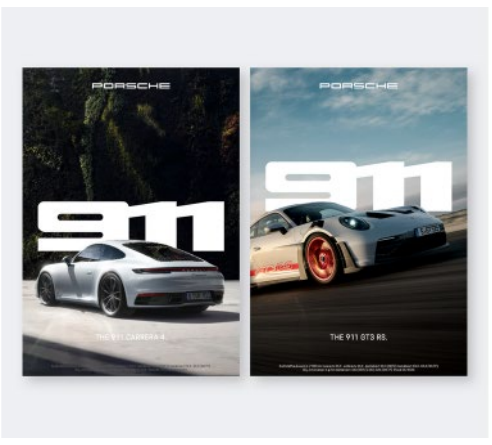
Os logos dos modelos podem ser usados como um único elemento de design ou em combinação com recortes de imagens de veículos em fundos ou imagens monocromáticas.



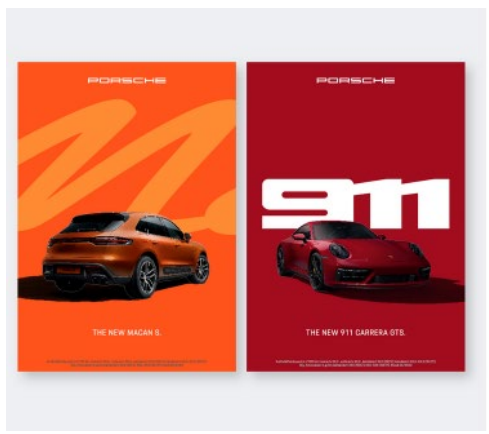
Regras de aplicação

Utilizamos os logos dos modelos em um número limitado de variações de design.

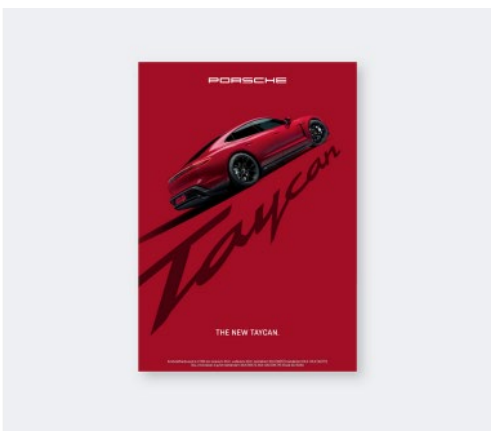
1. Como elemento de design.



2. Tipografia branca sobre fundo de imagem sólido e abaixo do recorte de um veículo.



3. Colocado atrás de recortes em fundo monocromático.

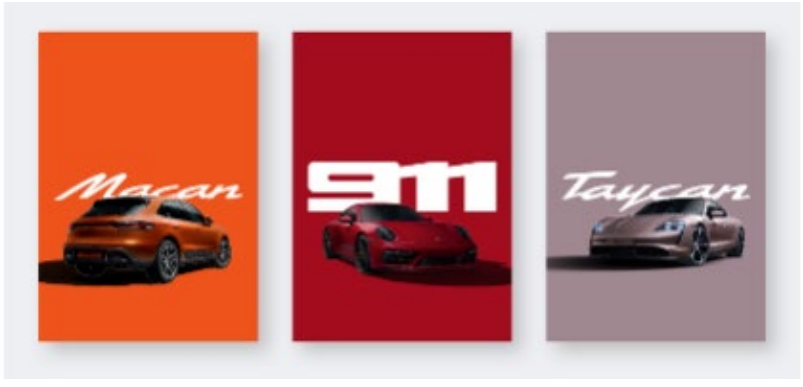


4. Distorcido para criar um alinhamento.

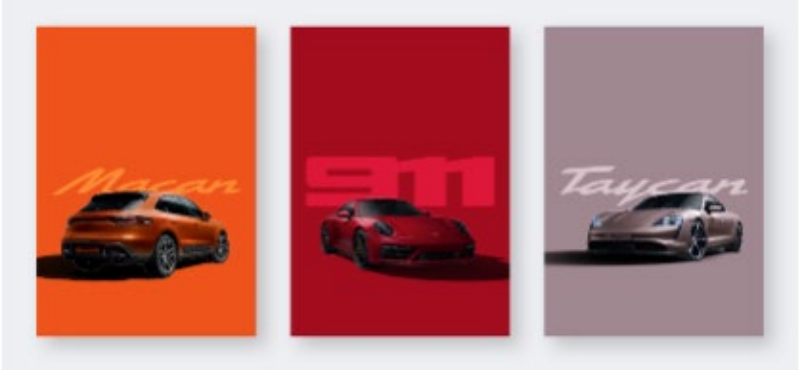
5. Modificado como fundo monocromático (somente números).

Definições de cores

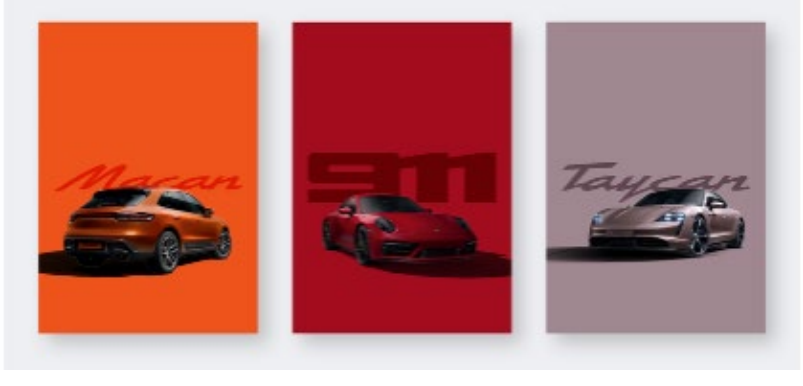
Quando utilizamos fundos monocromáticos, podemos definir o texto em branco, em um tom mais claro ou escuro da cor de fundo.



Os logos dos modelos podem ser usados em branco.



Os logos dos modelos podem ser definidos em um tom mais claro da cor de fundo.



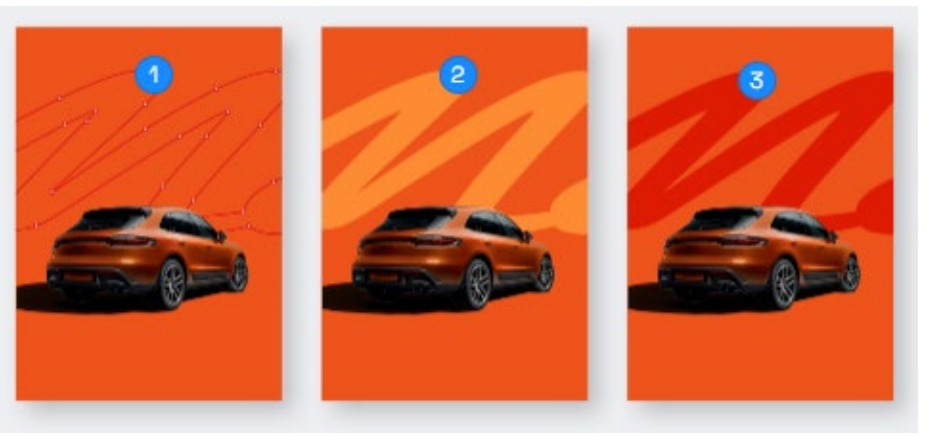
Os logos dos modelos também podem ser definidos em um tom mais escuro da cor de fundo.

Determinando as cores dos logos dos modelos

A cor de fundo é definida pela paleta de pintura do carro. Consulte a seção Cores para obter instruções mais detalhadas.

Em algumas combinações de cores, aplicar o efeito de Multiplicação pode ocasionar resultados ruins. Nessa situação, a cor deve ser definida manualmente.

É necessária a aprovação da Porsche Brand Management antes de usarmos logos dos modelos.

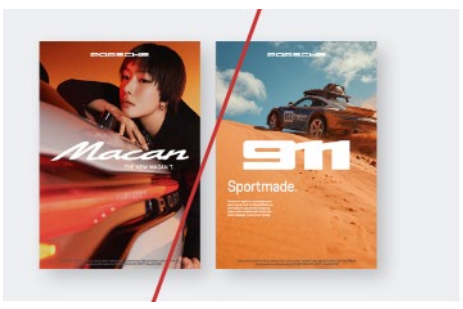


1. Insira as letras na mesma cor do fundo.

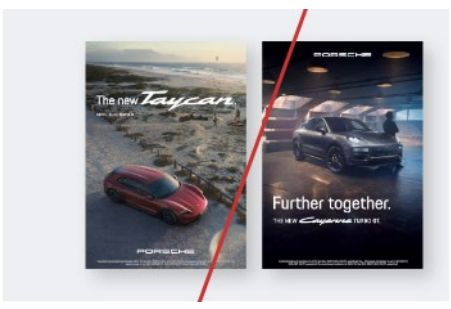
2. Para criar tons mais claros que o fundo: Aplique a configuração “Multiplicação Negativa”.

3. Para criar tons mais escuros que o fundo, aplique a configuração “Multiplicar”.

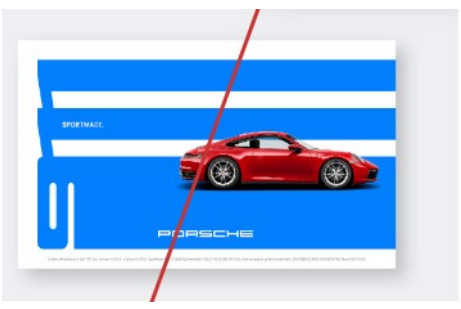
O que não fazer



Não sobreponha os logos dos modelos como um título em cima das imagens.

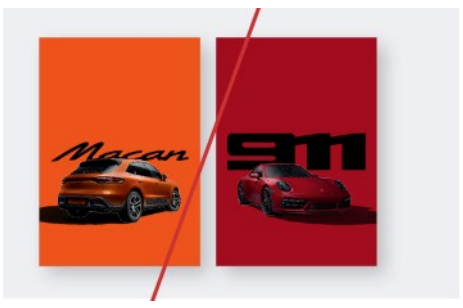


Não coloque o logo dos modelos no corpo do texto.

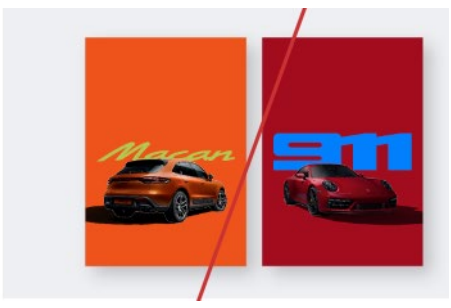


Não use cores da IHM na comunicação.

Não use bloqueio de cores ou combinações de cores complementares.

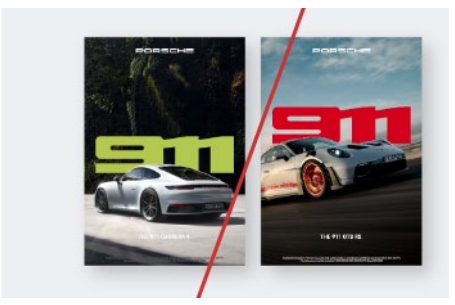


Não defina as letras dos modelos em preto.



Não defina os logos dos modelos em uma cor contrastante.

Não coloque os logos dos modelos como uma camada transparente.



Não coloque letras coloridas nas imagens.

TIPOGRAFIA

Letra por letra, nossa fonte corporativa é uma assinatura reconhecível da Porsche em todo o mundo. É um dos pontos de contato mais importantes em todo o cenário de design. A fonte Porsche Next leva a tradição de excelência para o futuro. Desenvolvida exclusivamente para a marca Porsche, combina os valores de design de engenharia, estética, humanização e foco. A sua boa legibilidade e as suas formas emocionantes abraçam as linhas e curvas feitas com precisão.

Usamos apenas a fonte corporativa Porsche. Aplique-a em todas as mídias impressas e digitais, bem como em veículos físicos. Nenhuma outra fonte é permitida.

Fonte Porsche

A Fonte Porsche Next é otimizada para aplicações de marketing e ambientes digitais. Para conseguir isso, a Porsche Next está disponível em vários pesos diferentes, como Thin, Regular, Semibold e Bold, além dos estilos itálicos correspondentes.

Família Porsche Next

Porsche Next Regular é a principal fonte da marca. Sempre use-a para definir títulos no nível superior.

Porsche Next Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1/1234567890% (.,-;:!i?¿-).[„“”«»7
+-=/$€+*aS 0 M€

Porsche Next Regular
Porsche Next Regular Italic
Porsche Next Semibold
Porsche Next Semibold Italic
Porsche Next Thin
Porsche Next Thin Italic
Porsche Next Bold
Porsche Next Bold Italic

Fonte de e-mail alternativa

Se a fonte Porsche Next não estiver disponível, usamos Arial como fonte alternativa para assinaturas de e-mail. Em casos excepcionais, ela também pode ser utilizada em apresentações em PowerPoint.

Nunca use Arial para qualquer outro tipo de publicação impressa ou mídia digital.

Em geral

- Porsche Next Regular é nossa fonte padrão. Nós a usamos em todos os elementos de texto, especialmente títulos.
- Alinhamos o texto à esquerda.
- Usamos texto com letras maiúsculas e minúsculas.
- Sempre definimos o texto com espaçamento entre letras de ±0.
- Sempre definimos as letras maiúsculas com espaçamento entre letras de +50.

1
Alone is a moment.
Together is a story.
2
5
3
THE NEW CAYENNE E-HYBRID COUPÉ. FURTHER TOGETHER.
5
The sports car with room for family, friends and countless shared adventures.
With space for up to five people, experience hybrid technology from the racetrack –
both on- and off-road. More at porsche.com/Cayenne
4

1 We generally left-align all text. Some exceptions are possible (e.g., binders).

2 Headlines
Typeface: Porsche Next Regular
Line spacing: 110%
Letter spacing: ±0
Spelling: mixed-case

3 Subline
Typeface: Porsche Next Regular
Letter spacing: +50
Spelling: uppercase letters

4 Copy text
Typeface: Porsche Next Regular
Line spacing: 135%
Letter spacing: ±0
Spelling: mixed-case

5 The distance between different text elements depends on the headline font size.
Exact specifications are defined in the respective media.

Combinações de textos

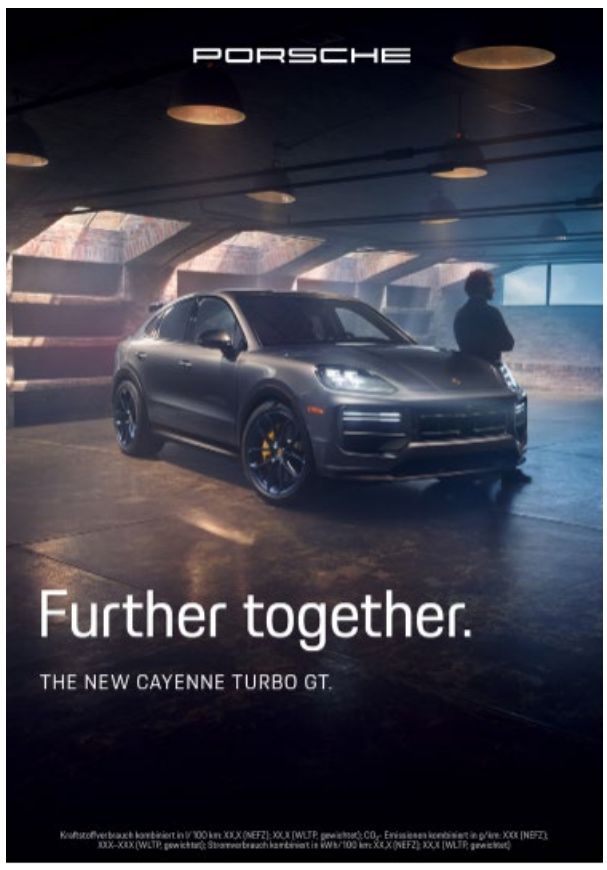
- Uma combinação de letras maiúsculas e minúsculas cria uma hierarquia divertida entre títulos e subtítulos.
- Também usamos letras maiúsculas nos títulos para criar mais expressão.

Uso geral
Normalmente, definimos todos os destaques em Porsche Next Regular.

No entanto, quando definimos um título em letras maiúsculas e minúsculas, o subtítulo deve ficar com letras maiúsculas e vice-versa.

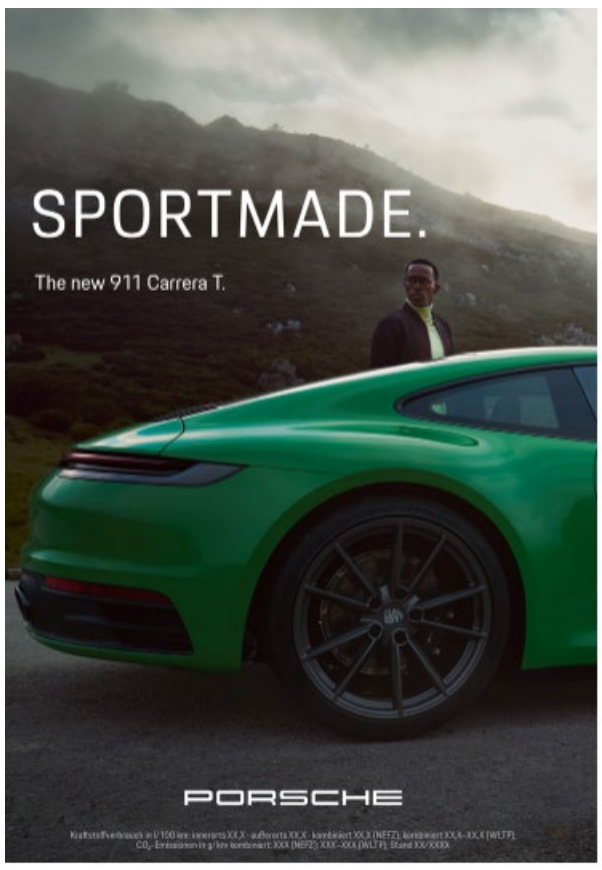
Casos especiais
Em casos excepcionais, criamos destaques no Porsche Next Semibold. Isto é particularmente útil quando há bastante conteúdo ou quando queremos dar ênfase a uma declaração curta.

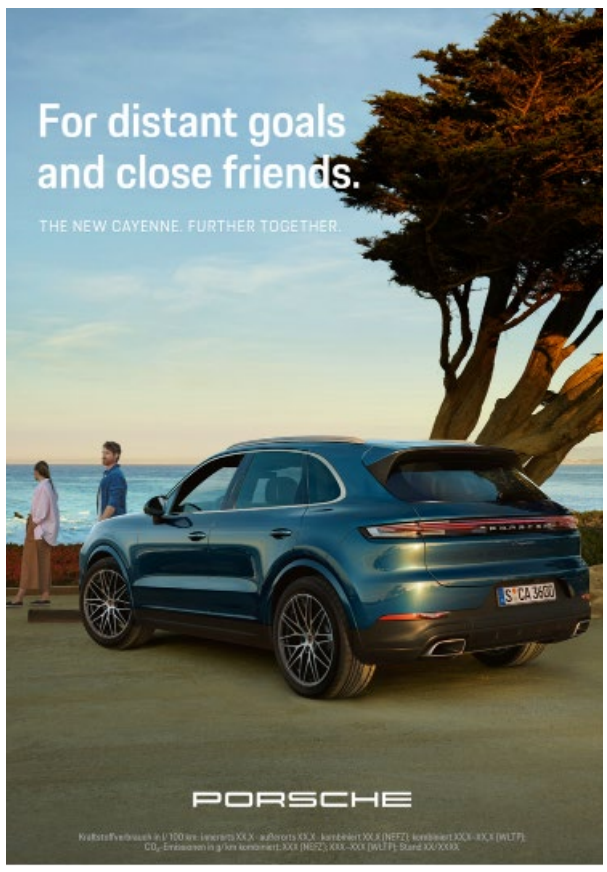
Neste caso, sempre definimos o subtítulo em Porsche Next Regular.

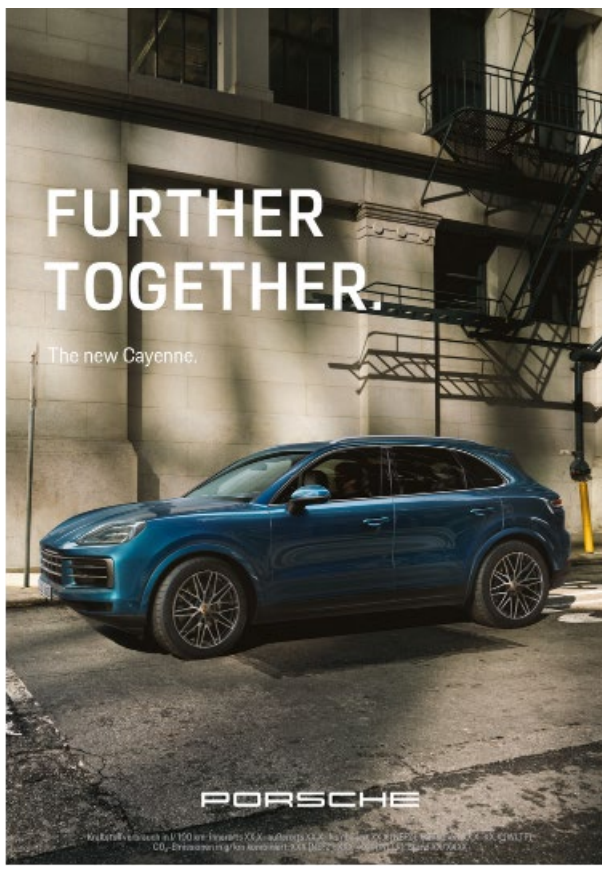


Uso geral
Título: Porsche Next Regular, letras maiúsculas e minúsculas, espaçamento entre letras ±0

Subtítulo: Porsche Next Regular, letras maiúsculas, espaçamento entre letras +50







Letras maiúsculas
Título: Porsche Next Regular, letras maiúsculas, espaçamento entre letras +50

Subtítulo: Porsche Next Regular, letras maiúsculas e minúsculas, espaçamento entre letras ±0

Semibold
Título: Porsche Next Semibold, letras maiúsculas e minúsculas, espaçamento entre letras ±0

Subtítulo: Porsche Next Regular, letras maiúsculas, espaçamento entre letras +50

Letras maiúsculas Semibold
Título: Porsche Next Semibold, letras maiúsculas, espaçamento entre letras +50

Subtítulo: Porsche Next Regular, letras maiúsculas e minúsculas, espaçamento entre letras ±0

Cor do texto

Sempre definimos a tipografia em preto ou branco. Em muitas aplicações, como páginas de título, mídias digitais e anúncios, por exemplo, posicionamos o texto sobre as imagens – geralmente na cor branca.

O que não fazer

Não altere de forma alguma a inclinação da fonte.

Não aplique perspectiva ou distorção.

Não bloqueie letras com maiúsculas e minúsculas.

Não adicione sombra ao texto.

Não aplique nenhuma cor.

Não adicione contornos.

Não use versalete.

Ortografia

Para gerar uma aparência uniforme, a grafia e a pontuação em diferentes línguas também estão sujeitas a certas regras.

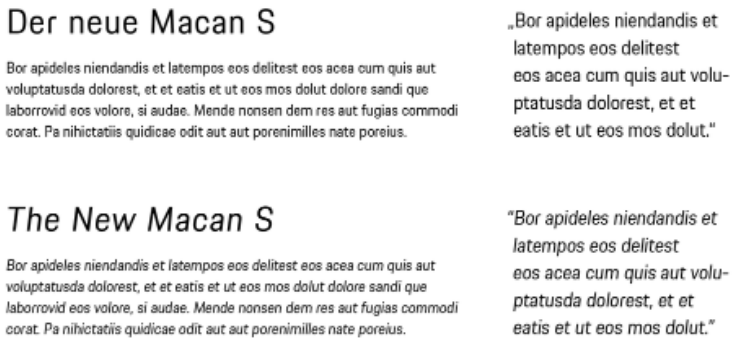
Multilinguismo

Se uma publicação ocorrer em vários idiomas, diferenciamos o segundo idioma com uma fonte em itálico.

Títulos multilíngues

Quando definimos os títulos do idioma principal em fonte Regular, os títulos do idioma secundário ficarão em itálico.

Quando definimos os títulos do idioma principal em fonte Semibold, os títulos do idioma secundário ficarão em Semibold Itálico.


Der neue Macan S
Bor apideles niendandis et latempos eos delitest eos acea cum quis aut voluptatusda dolorest, et et eatis et ut eos mos dolut dolore sandi que laborrovid eos volore, si audae. Mende nonsen dem res aut fugias commodi corat. Pa nihictatiis quidicae odit aut aut porenimilles nate poreius.
„Bor apideles niendandis et latempos eos delitest eos acea cum quis aut voluptatusda dolorest, et et eatis et ut eos mos dolut."
The New Macan S
Bor apideles niendandis et latempos eos delitest eos acea cum quis aut voluptatusda dolorest, et et eatis et ut eos mos dolut dolore sandi que laborrovid eos volore, si audae. Mende nonsen dem res aut fugias commodi corat. Pa nihictatiis quidicae odit aut aut porenimilles nate poreius.
"Bor apideles niendandis et latempos eos delitest eos acea cum quis aut voluptatusda dolorest, et et eatis et ut eos mos dolut."

Texto multilíngue em páginas internas ou citações

Os textos no idioma secundário são exibidos em itálico.

Exceções

Para publicações independentes, não usamos a tipografia para diferenciar as versões dos idiomas. Em vez disso, definimos ambos os documentos no mesmo estilo. Caso existam versões em idiomas diferentes dentro dos capítulos de uma mesma publicação, também não os diferenciamos, no entanto, utilizamos um separador visual claro (por exemplo, uma página de separação de capítulos).

Pontuação

As regras de pontuação diferem entre dois tipos de texto – textos publicitários e textos descritivos ou editoriais.

Alone is a moment.
Together is a story.
THE NEW CAYENNE E-HYBRID COUPÉ. FURTHER TOGETHER.
The sports car with room for family, friends and countless shared adventures.
With space for up to five people, experience hybrid technology from the racetrack –
both on- and off-road. More at porsche.com/Cayenne

Uso em textos publicitários
Usamos pontuação em um contexto publicitário para deixá-lo o mais esclarecedor possível. Colocamos pontos finais após os títulos e sublinhados para enfatizar e destacar nossas mensagens.

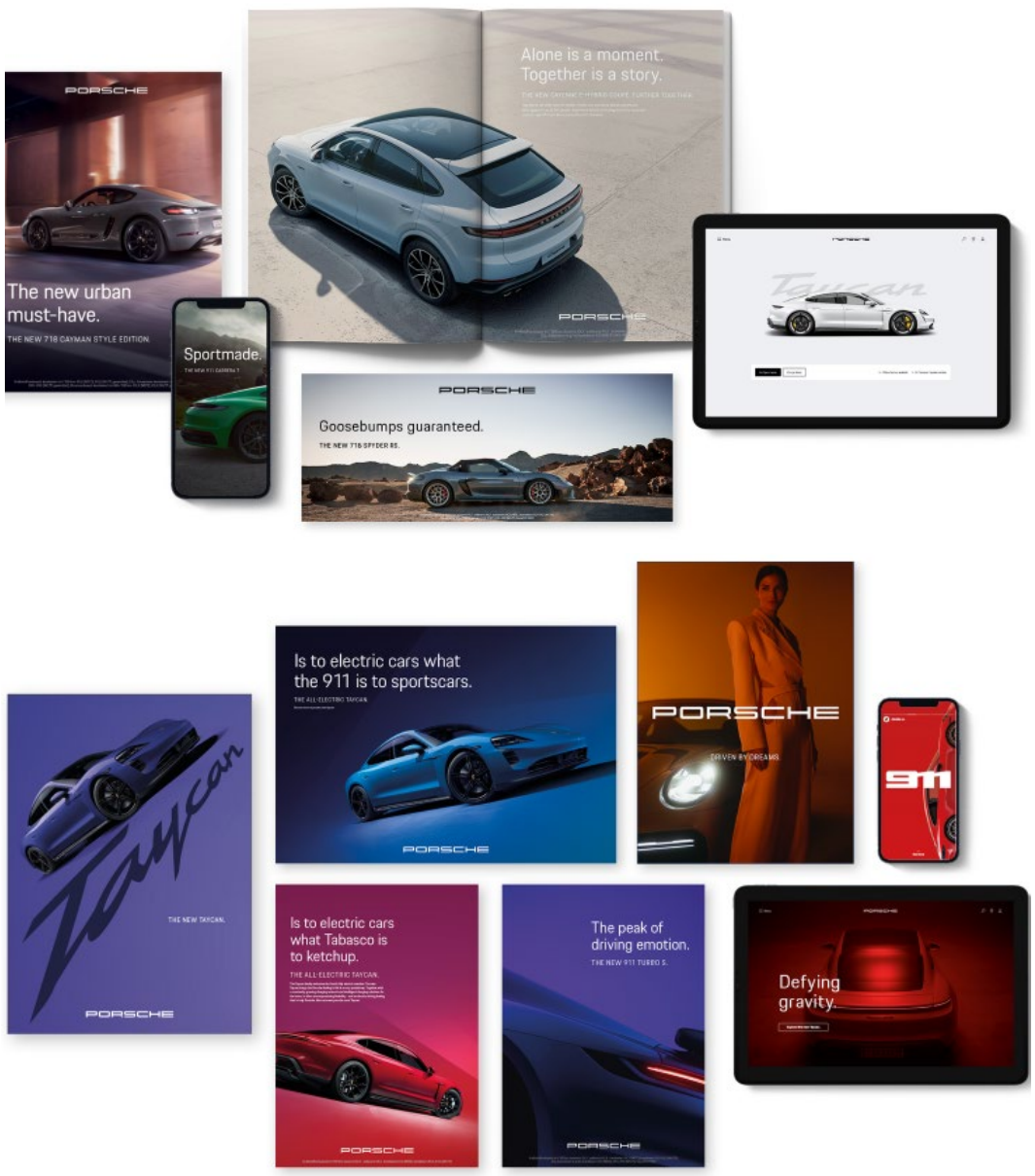
Por exemplo, a pontuação pode ser aplicada "livremente" em textos publicitários para destacar uma afirmação – mesmo que isso contradiga as regras habituais.

This is a headline
And a subheadline to introduce the text
Ist audaeri onsequibus modis as restin nimporibus soluptatur si re sim quianti uritate mporerchit optatem quia voluptur? Ent ut eium que in ratis atur? Ferchil igenden emoluptatem idestion pera in con rereper chilles pel is con conempore venditis expla quam quoditates endes et et maiones temporescide nullupta consedis dia audipsam vellandi doluptat aut et mo earcitatias alitat. Ulpa as ma num del everum imet magnimus.
Fugiam quamenet ma cullaud ianditiscium eostotatis ne sit, nienduci simodis que consequ atintiscipis eium eliasse quidund eserfer umetur, torem. Tem fuga. Ita sanis et in reratias repernate quis rerum consent.
Raecto voluptas nonectature vellit magnimi ncillatqui int dolor rate exerae ex et a qui delit doluptios rerovidis es quunt voluptatus dolorem.

Uso em textos descritivos ou editoriais
Esses textos devem criar uma impressão confiável e precisa. Usamos uma linha editorial mais longa para comunicar os principais fatos técnicos. É por isso que utilizamos a pontuação correta de acordo com as regras mais recentes. Usar uma linguagem experimental, neste contexto, pode reduzir a confiança dos nossos leitores.

CORES

O design de cores da Porsche acompanha a identidade da nossa marca com força e vigor, o que confere ao produto uma aparência distinta e de alta qualidade. Ao mesmo tempo, a interface de usuário exclusiva e as gamas exclusivas também ampliam a paleta de cores principais para atender a um amplo conjunto de requisitos específicos. Então, prepare-se para explorar.



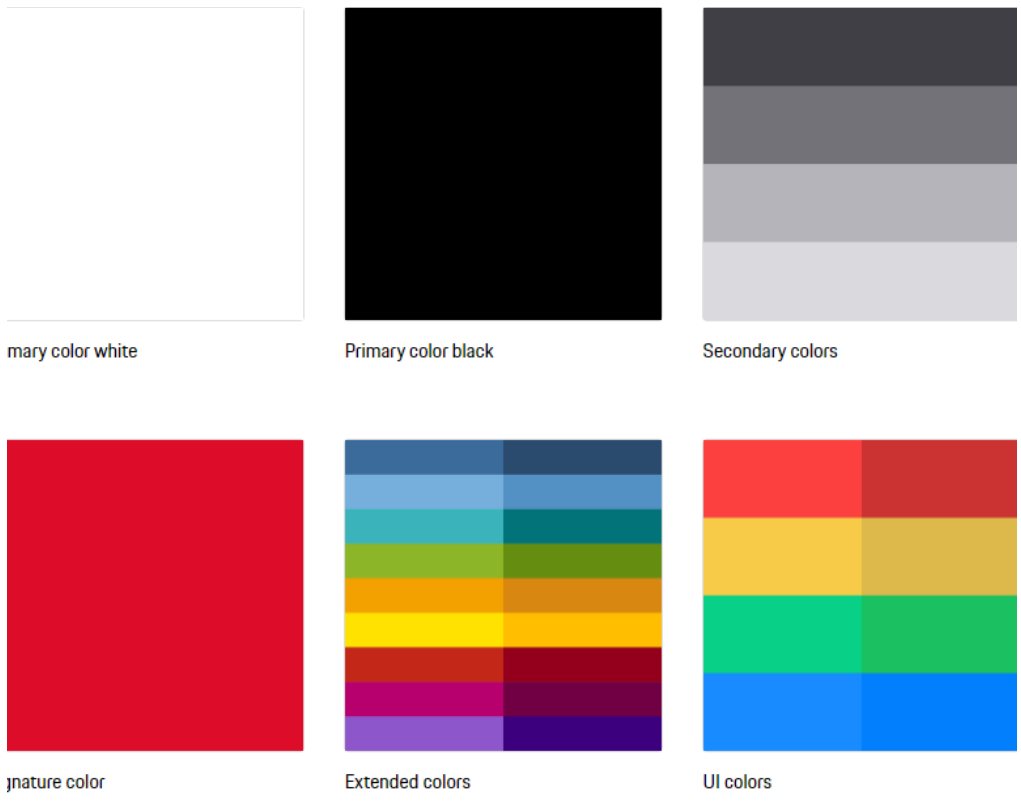
Aparência geral da cor

Preto e branco são as cores principais da marca Porsche. A dualidade do preto e do branco ressalta a aparência mais sóbria e de alta qualidade da nossa linguagem de design em todas as mídias. Usamos cores primárias principalmente em nossa tipografia, logotipo e elementos gráficos, que dão às imagens o toque especial sem competir com elas.

A cor ainda desempenha um papel ativo na nossa comunicação. Colocamos imagens coloridas sem margens, que trabalham em conjunto para criar emoção e variedade. Derivamos nossas cores do conteúdo da imagem. Estas cores não pertencem, no entanto, ao sistema de cores definido pela Porsche.

Sistema de cores

Usamos o sistema de cores para aplicações específicas.

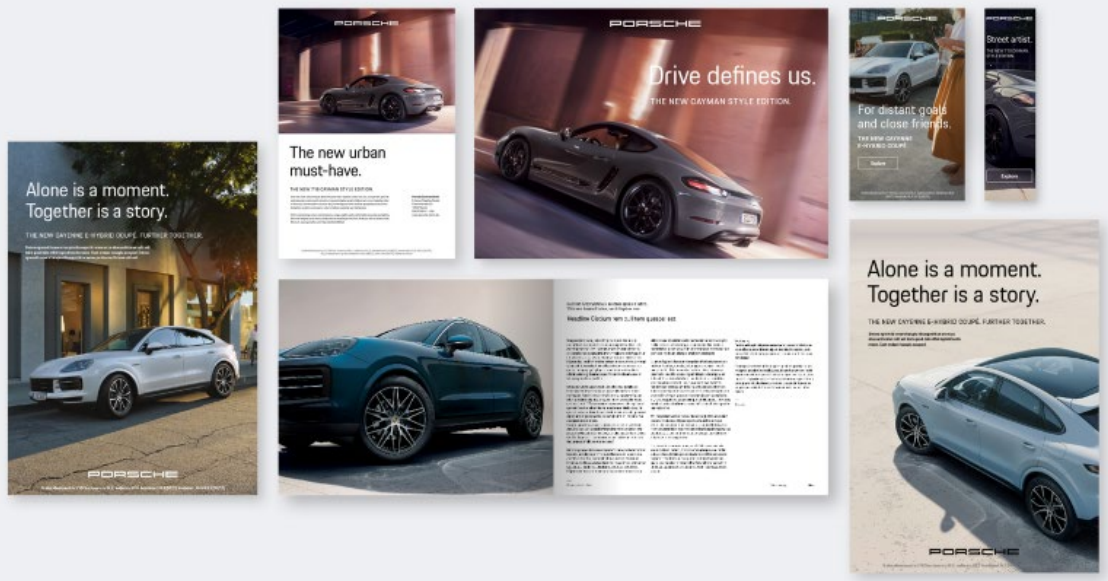


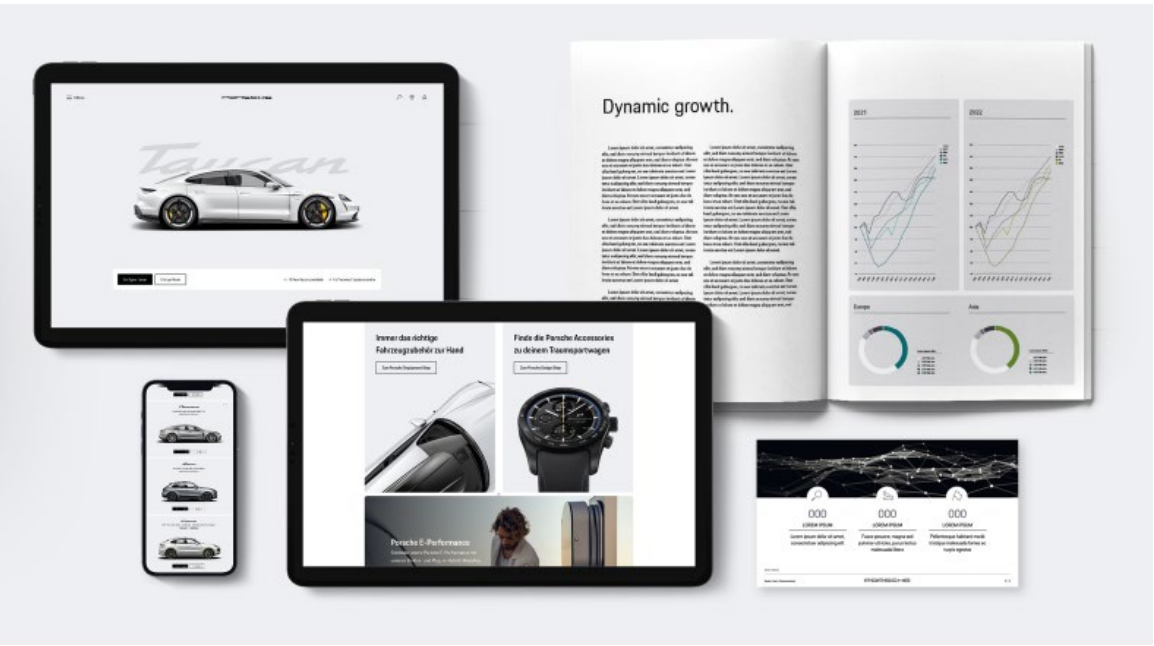
Uso

Cor primária

Preto e branco
Nossas cores primárias são preto e branco, usadas em todas as comunicações digitais e impressas. Definimos todos os elementos tipográficos principais, incluindo nosso logotipo, em uma das duas cores. Nunca misture as duas cores no mesmo layout ou com imagens sem margens. Se o plano de fundo do layout não for preenchido com uma imagem ou outros gráficos, a cor dele será branca por padrão. Isto se aplica, por exemplo, aos layouts de anúncios de revendedores, às páginas internas de catálogos e brochuras, e às páginas de conteúdo em aplicativos digitais.

Contate a Gestão da Marca Porsche se tiver alguma dúvida.


Alone is a moment.
Together is a story.
The new urban must-have.
Drive defines us.
THE NEW CAYMAN STYLE EDITION.
For distant goals and close friends.
Street artist.
Alone is a moment.
Together is a story.



Cores secundárias

Escala de cinza
Nossa paleta de cores secundárias inclui quatro tons de cinza, que podem ser utilizados para infográficos ou para estruturação de informações, principalmente em design digital. Consulte a seção Digital para obter mais informações.

Cores de acabamento

Preto Absoluto
Em alguns casos (por exemplo, embalagem), use preto absoluto como cor de fundo.

Prata
Em publicações para eventos especiais (por exemplo, relatórios anuais, embalagens, etc.), que pretendem se destacar dos meios de comunicação tradicionais, utilizamos o prata como cor de acabamento. Não utilizamos tons dourados para isso.

Cor de assinatura

Porsche Red
Porsche Red é uma cor corporativa com um longo histórico de uso. Por isso, utilizamos o Porsche Red apenas em materiais específicos, por exemplo, como cor de assinatura da Porsche Motorsport. Caso pretenda utilizar esta cor para qualquer outro fim, deverá obter aprovação prévia da Gestão da Marca Porsche.

Exemplos de uso do Porsche Red:

1. Cor característica da Porsche Motorsport.

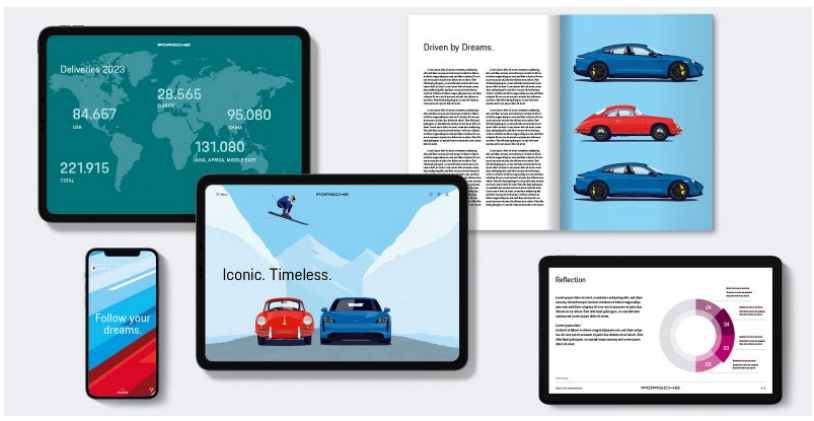
2. Cor da sinalização nas fachadas dos Centros Porsche.

3. Cor do sinal na fábrica da Porsche e no vestuário de trabalho.

4. Cores de destaque em infográficos em apresentações de PowerPoint.

Cores adicionais

Temos uma paleta adicional de cores, para utilizarmos em casos especiais (por exemplo, codificação de cores em ilustrações ou gráficos). Preferimos esquemas de cores monocromáticas. Se desejar utilizar as nossas cores adicionais, solicite aprovação prévia da Gestão da Marca Porsche.

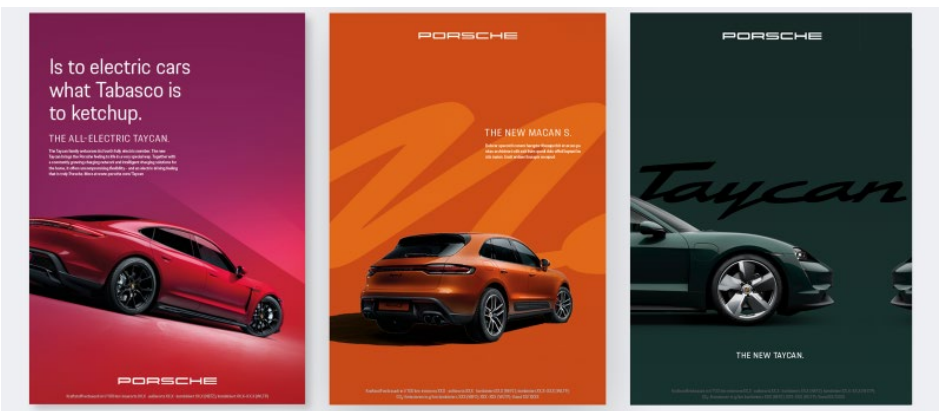


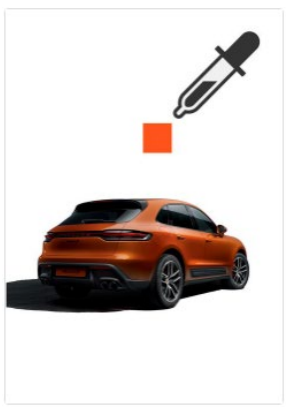
Cores de fundo

Conseguimos paisagens vibrantes com fundos monocromáticos. Esta paleta de cores não está definida. Em vez disso, derivamos as cores da pintura do veículo. Obtenha aprovação prévia da Gestão da Marca Porsche antes de usar qualquer uma destas cores.

Definimos a cor de fundo com base na cor da pintura de um veículo.

Consulte a seção Logos do modelo para obter mais informações sobre como combinar cores relacionadas.





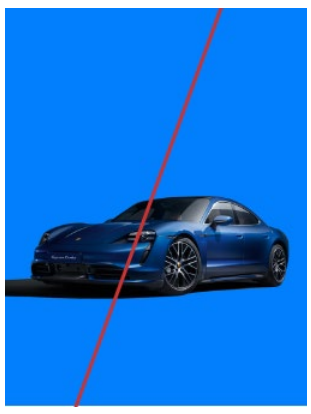
1. Determine o valor médio da cor da tinta.

2. Posicione o valor da cor como sangramento total abaixo da imagem cortada.

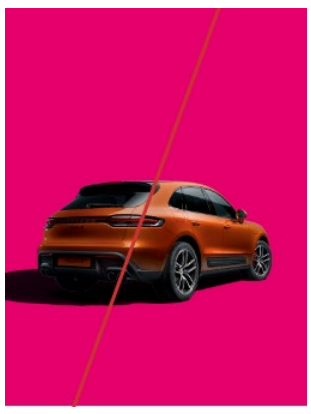
3. Opcional: Defina a cor das letras do modelo.

O que não fazer

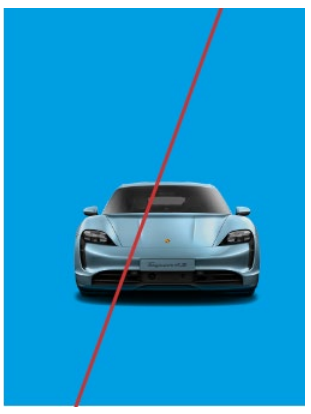
Observe:
Para melhor consistência, não use cores específicas para tecnologias nas comunicações (por exemplo, antigo Porsche Electric Blue). Caso necessite de esclarecimento sobre uma aplicação específica, contate a Gestão da Marca Porsche.



Não use cores da interface do usuário para planos de fundo.



Use apenas cores de fundo baseadas nos tons e matizes da pintura do veículo.



Não use cores para tecnologias ou unidades específicos.

Especificações

Para garantir o impacto uniforme das cores Porsche em todos os suportes e materiais, definimos valores para diferentes sistemas de cores. Utilize apenas estes valores.

Cor primária

Nossas cores primárias são preto e branco. Quase todos os elementos de design aparecem nessas cores.

White

HEX	#FFFFFF
RGB	255, 255, 255
CMYK	0, 0, 0, 0
RAL	9016 Classic
ORA	010 weiß
PMS	–
PMS-TCX	

Black

HEX	#000000
RGB	0, 0, 0
CMYK	0, 0, 0, 100
RAL	9005 Classic
ORA	070 schwarz
PMS	Black C
PMS-TCX	

Cores secundárias

Nossas cores secundárias consistem em quatro tons de cinza. Usamos tons de cinza apenas para layouts e aplicações específicas. Para obter mais informações, consulte as diretrizes de cada mídia.

Gray 1

HEX	#DAD9DE
RGB	218, 217, 222
CMYK	3, 3, 0, 17
RAL	7047 Classic
ORA	072
PMS-C	427
PMS-U	427
PMS-TCX	13-4303

Gray 2

HEX	#B5B4BA
RGB	181, 180, 186
CMYK	6, 6, 0, 34
RAL	7040 Classic
ORA	076
PMS-C	429
PMS-U	429
PMS-TCX	15-4703

Gray 3

HEX	#737278
RGB	115, 114, 120
CMYK	11, 11, 0, 64
RAL	7046 Classic
ORA	073
PMS-C	Cool Grey 9
PMS-U	Cool Grey 9
PMS-TCX	17-3911

Gray 4

HEX	#403F45
RGB	64, 63, 69
CMYK	15, 15, 0, 85
RAL	7015 Classic
ORA	–
PMS-C	Cool Grey 11
PMS-U	Cool Grey 11
PMS-TCX	19-3910

Ao converter tons de cinza em preto monocromático, rasterize-os para 20% (Cinza 1), 40% (Cinza 2), 70% (Cinza 3) e 90% (Cinza 4) de preto.

Cores de acabamento

As cores de acabamento podem ser usadas em vez de preto ou cinza para aplicações especiais de alto valor.

Estas cores são destinadas à mídia analógica, portanto os códigos de cores RGB/HEX não têm relevância.

Deep black

HEX	#000000
RGB	0, 0, 0
CMYK	60, 45, 35, 100
RAL	9005 Classic
ORA	070
PMS-C	Black C
PMS-TCX	–

Silver

HEX	#C4C4C4
RGB	196, 196, 196
CMYK	0, 0, 0, 27
RAL	9006 Classic
ORA	-
PMS-C	10382 Classic
PMS-TCX	16-5101

Cores adicionais

As cores adicionais listadas abaixo não fazem parte do esquema de cores da Porsche e só podem ser utilizadas em determinados casos (por exemplo, codificação de cores em ilustrações ou gráficos).

	HEX	RGB	CMYK
Blue 1	#2A4B6D	42, 75, 109	89, 66, 34, 22
Blue 2	#3A6B9B	58, 107, 155	82, 53, 19, 4
Blue 3	#5391C4	83, 145, 196	69, 34, 7, 0
Blue 4	#76AFDC	118, 175, 220	56, 20, 3, 0
Turquoise 1	#017379	1, 115, 121	85, 32, 45, 19
Turquoise 2	#3AB4BA	58, 180, 186	70, 3, 31, 0
Green 1	#658E11	101, 142, 17	66, 24, 100, 8
Green 2	#8CB527	140, 181, 39	53, 7, 100, 0
Orange 1	#D88711	216, 135, 17	13, 52, 98, 3
Orange 2	#F2A100	242, 161, 0	2, 42, 97, 0
Yellow 1	#FFBE00	255, 190, 0	0, 29, 93, 0
Yellow 2	#FFE200	255, 226, 0	3, 7, 91, 0
Red 1	#94001B	148, 0, 27	26, 100, 88, 29
Red 2	#C32718	195, 39, 24	19, 95, 99, 6
Pink 1	#700043	112, 0, 67	42, 100, 30, 43
Pink 2	#B7006D	183, 0, 109	26, 100, 16, 5
Violet 1	#3C007E	60, 0, 126	95, 100, 15, 6
Violet 2	#8D57CB	141, 87, 203	64, 71, 0, 0

Cor de assinatura

Usamos o Porsche Red como cor de destaque em pontos de contato selecionados da Porsche.

Porsche Red

HEX	#D5001C
RGB	213, 0, 28
CMYK	5, 100, 85, 0
RAL	3020
ORA	028
PMS-C	1795 C
PMS-U	3546 U
PMS-TCX	18-1763
HKS	15 K

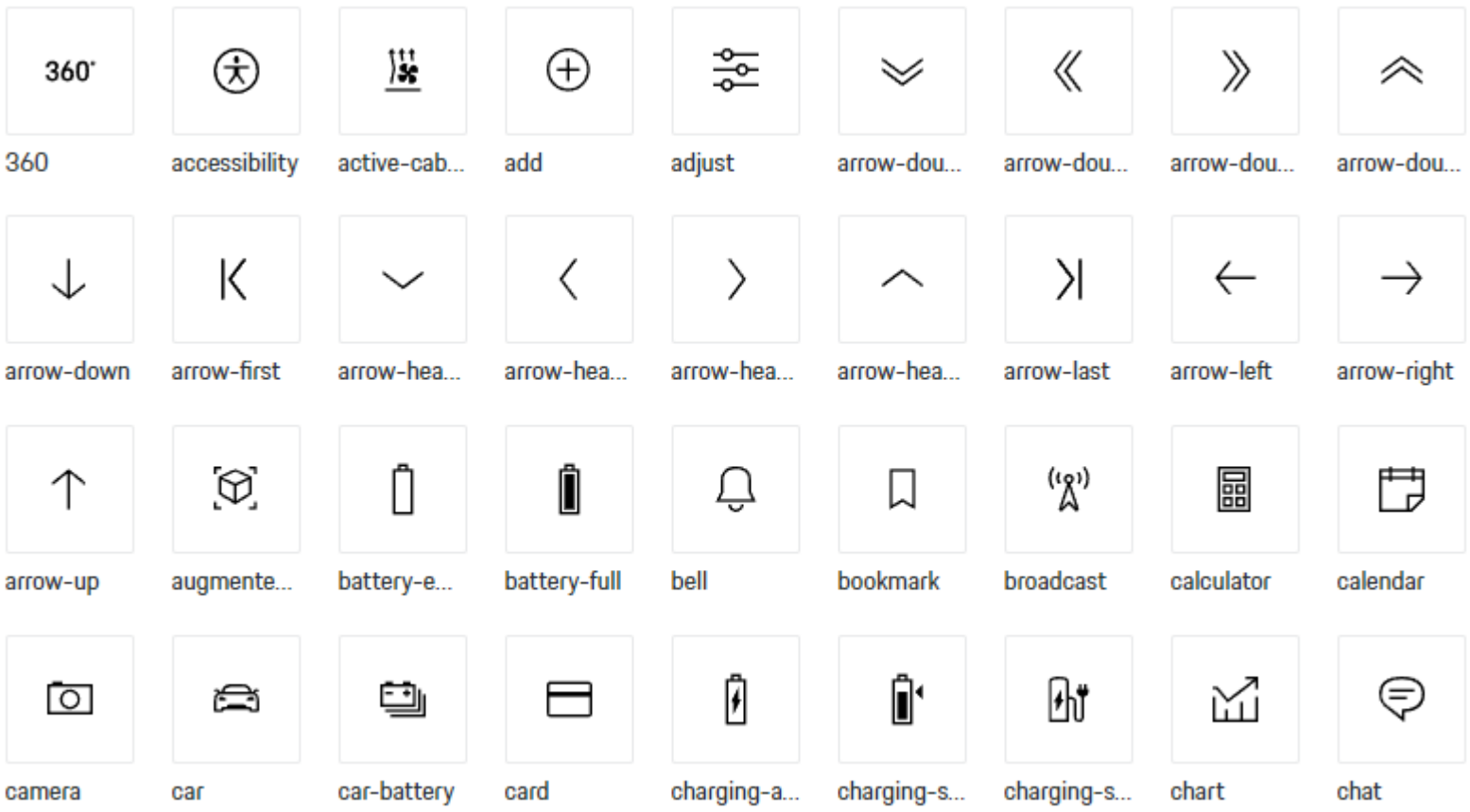
ÍCONES E PICTOGRAMAS

Os ícones Porsche são usados exclusivamente para materiais digitais. Os ícones são projetados com uma metáfora simples, de fácil compreensão e monocromática.

Todas as informações relevantes podem ser encontradas no Porsche Design System digital.

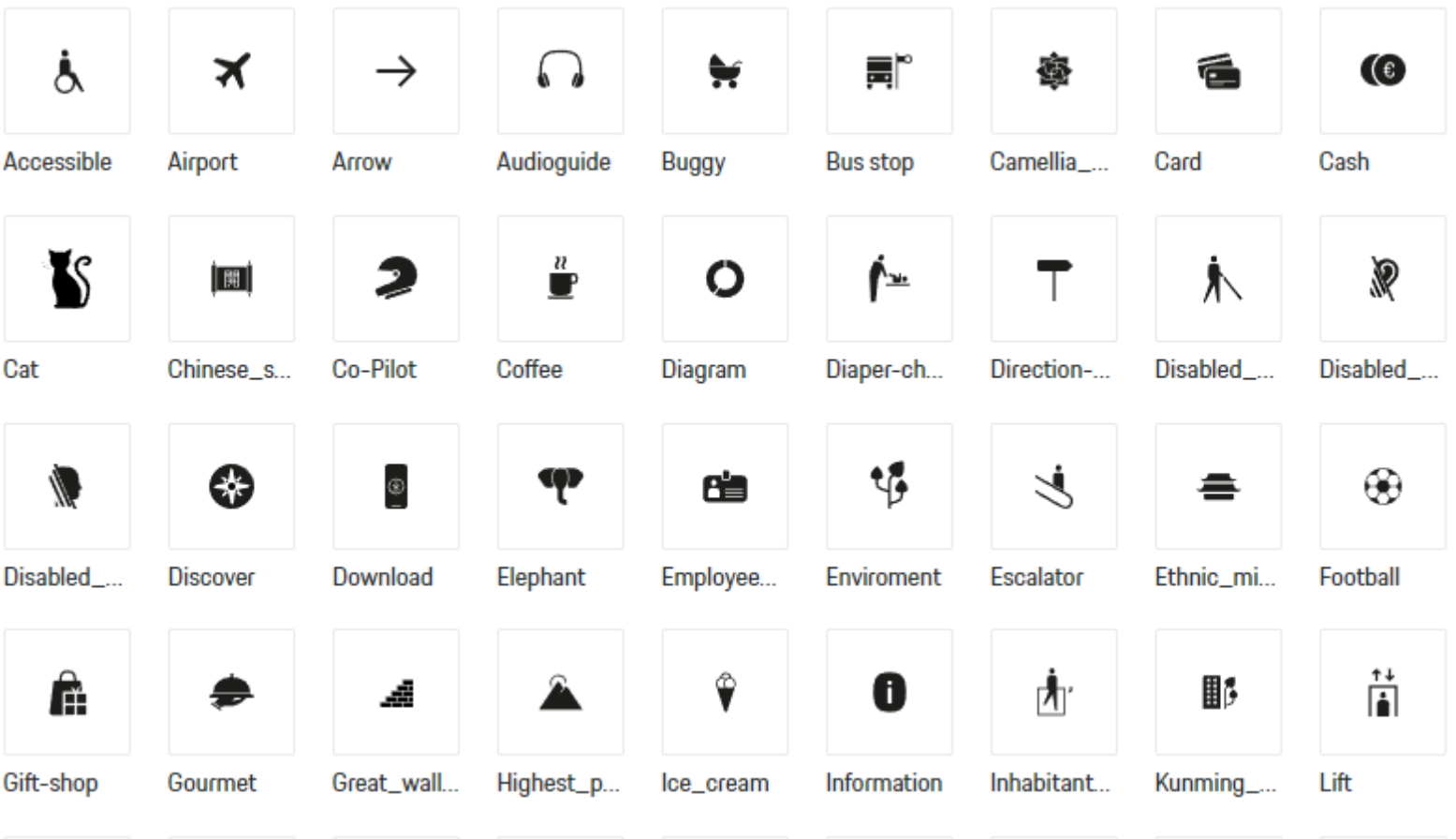
Para mídia impressa, são usados pictogramas Porsche.

Ícones



Download

Pictogramas

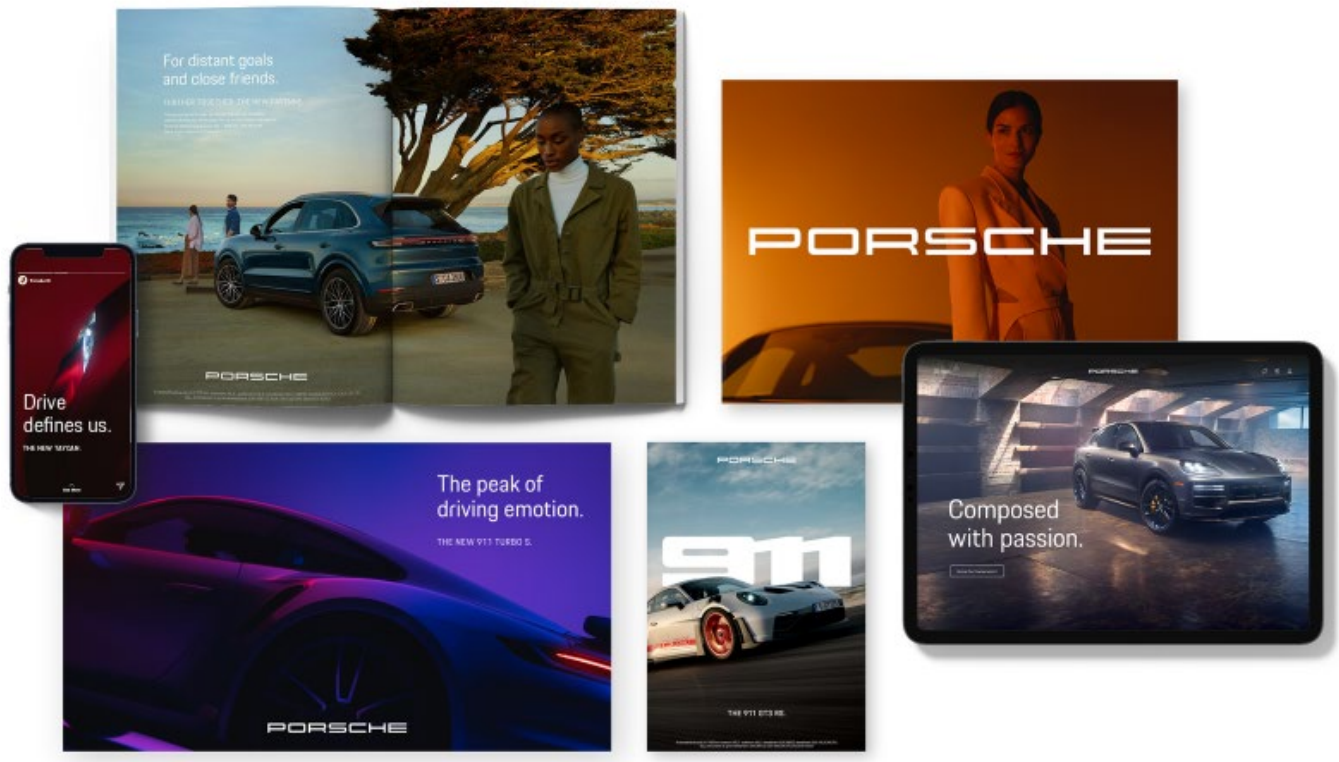


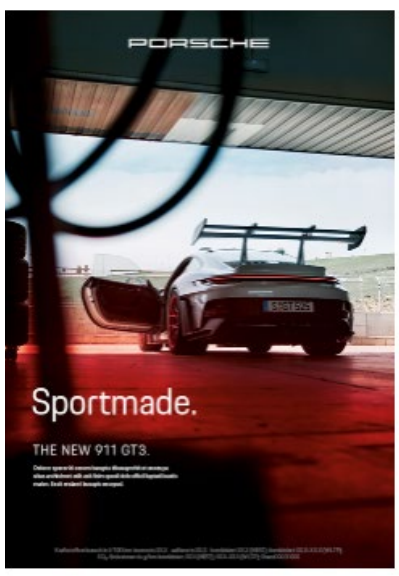
Download

SISTEMA DE LAYOUT

Nosso sistema de layout segue regras simples que permitem flexibilidade no design. Desta forma, não só garantimos uma aparência consistente e coerente, mas também asseguramos que tudo o que está ancorado na marca é também transferido para a composição.

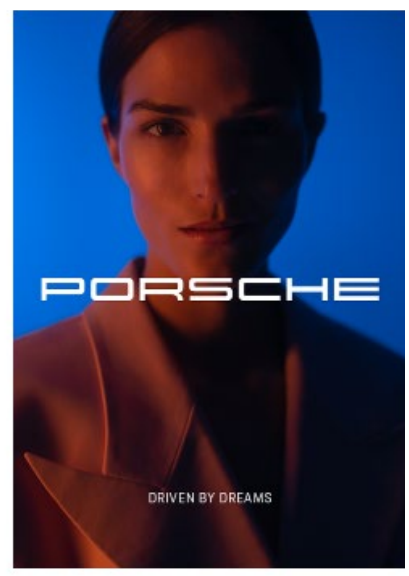
Usamos o sistema de layout para implementar nosso design em todas as mídias. Os itens a seguir, juntos, proporcionam o visual inconfundível da Porsche: tipografia simples e precisa; imagens expressivas; e logo dos modelos.





Layout geral
- Usado pela Porsche AG, mercados e revendedores.
- Apropriado para todas as comunicações e mídias.

Layout com logo de modelos
- Usado apenas pela Porsche AG e mercados.
- Limitado a tópicos especiais.



Layout com marca grande
- Usado apenas pela Porsche AG.
- Limitado à comunicação da marca.

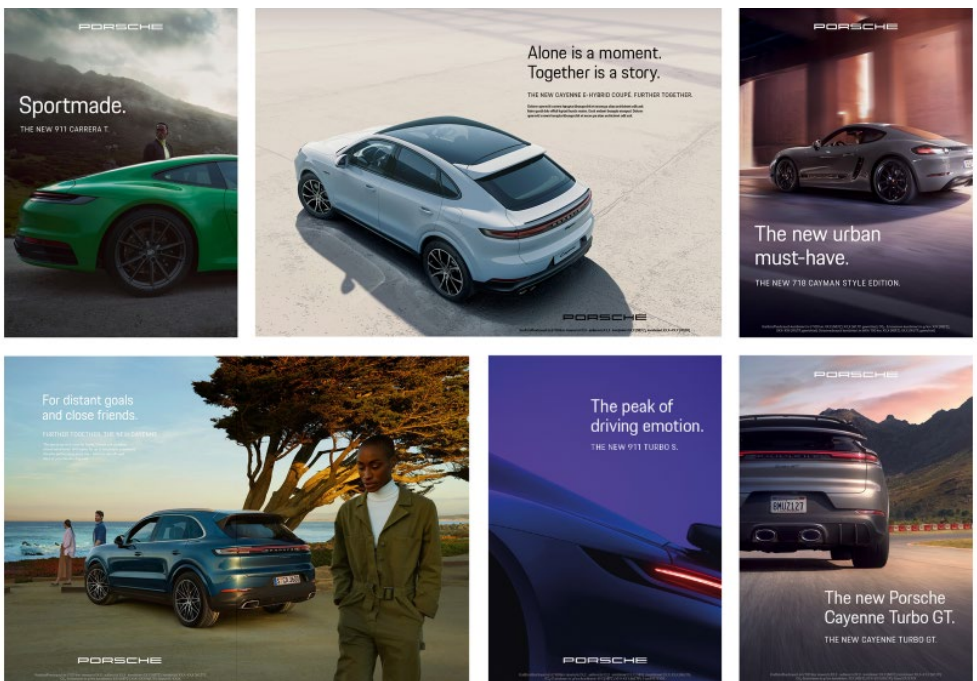
Nossas características de layout

O sistema de layout oferece três características diferentes para diversos requisitos de comunicação. Esses recursos seguem regras e direitos de uso específicos.

Layout geral

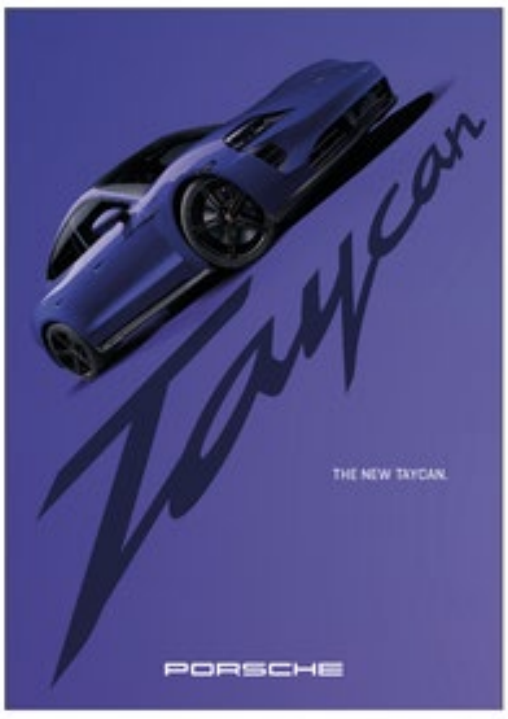
Nosso sistema de layout oferece diversas opções de design e um alto nível de flexibilidade, utilizado de acordo com regras simples e de forma ilimitada para todos os tipos de medidas de comunicação e marketing.

Aqui você encontrará informações detalhadas de design sobre os tópicos mídia impressa e mídia digital.



Resumo:

- Colocamos a marca Porsche no topo do formato.
- Em casos de usos especiais, centralizamos o logotipo na parte inferior do formato. Isso inclui fundos de alto contraste que interferem na legibilidade.
- Usamos imagens, vídeos e animações sem margens para maximizar o uso do espaço.
- Sempre usamos um título; subtítulos e texto do corpo são opcionais.
- Alinhamos os elementos de texto à esquerda em nossos formatos. Os títulos e subtítulos seguem regras definidas de capitalização.



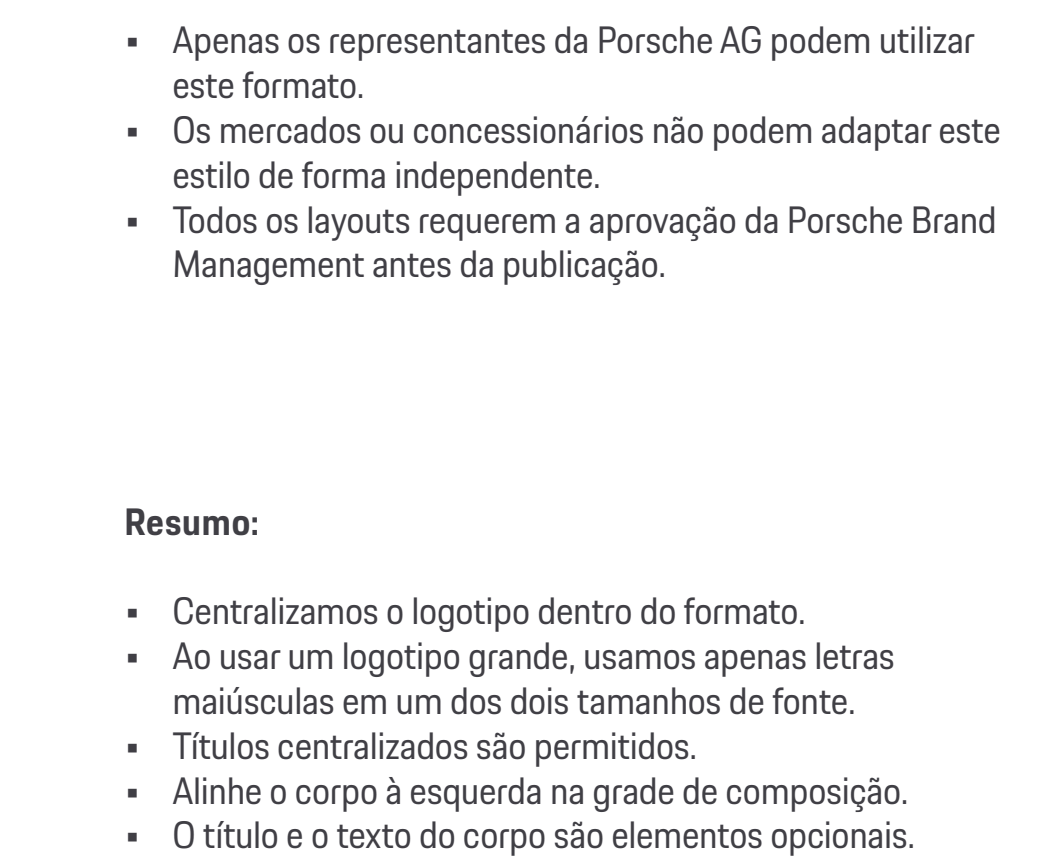
Layouts com logo dos modelos

São usados como um elemento de design em composições de imagens para aumentar a expressão visual. Apenas comunicações especiais (ou seja, a Porsche AG e os mercados) estão autorizados a utilizá-los. Obtenha sempre autorização prévia da Porsche Brand Management antes de implementar assinaturas. Além disso, os concessionários não estão autorizados a alterar de forma independente o design do layout. A Gestão da Marca Porsche deve aprovar todos os layouts antes da publicação.

Consulte a seção Logo dos Modelos para obter mais informações e a seção Cores para obter mais detalhes sobre as definições de cores de fundo.

Resumo:

- Os logos dos modelos devem ser usados como elemento de design.
- Implementamos letras dos modelos de forma muito flexível e adaptada ao respectivo modelo de veículo.
- Colocamos apenas as letras dos modelos atrás dos recortes do veículo, áreas coloridas monocromáticas ou imagens sem margens.
- A cor das letras deve corresponder ao veículo, fundo monocromático ou à imagem sem margens.
- Ao usar uma fonte modelo, definimos apenas os títulos em letras maiúsculas em um dos dois tamanhos.
- Usamos textos como elemento opcional. Combine-os com um título e defina-o livremente dentro do layout.



Layouts com uma marca grande

Para enfatizar a comunicação da marca em casos especiais, centralizamos o logotipo em toda a largura. Ao usar este estilo de layout, observamos as seguintes regras:

- Apenas os representantes da Porsche AG podem utilizar este formato.
- Os mercados ou concessionários não podem adaptar este estilo de forma independente.
- Todos os layouts requerem a aprovação da Porsche Brand Management antes da publicação.

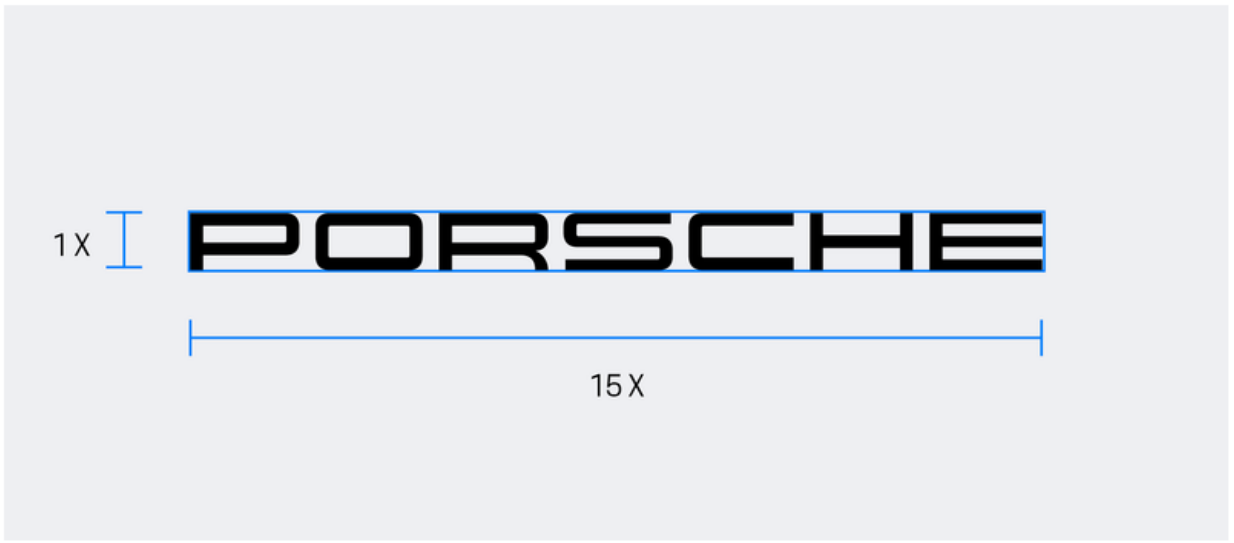
Resumo:

- Centralizamos o logotipo dentro do formato.
- Ao usar um logotipo grande, usamos apenas letras maiúsculas em um dos dois tamanhos de fonte.
- Títulos centralizados são permitidos.
- Alinhe o corpo à esquerda na grade de composição.
- O título e o texto do corpo são elementos opcionais.
- Usamos o logotipo grande apenas para comunicação de marca, não para comunicação de produto.

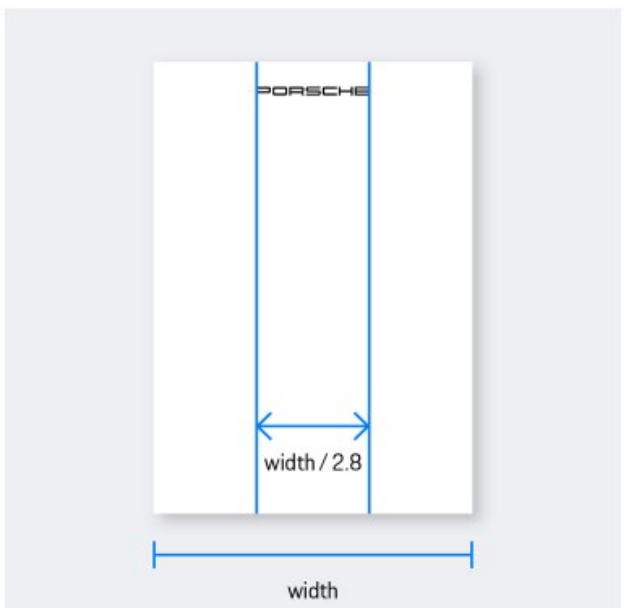
Construção de layout

Calculando o valor X

Para todo o sistema de layout, a altura do logotipo é o fator determinante do valor X, que é usado para indicar a distância entre um elemento do layout e a borda do formato. Ele também define a área de tipografia, bem como a grade de composição.

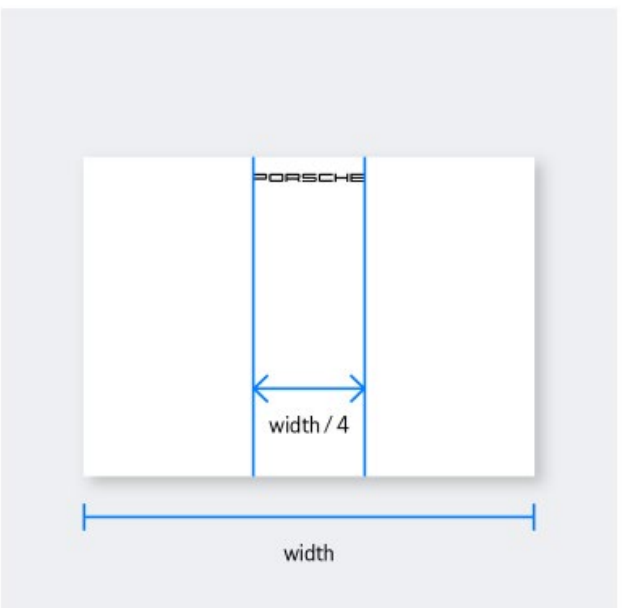


A proporção do logotipo é de 1:15, determinada pela altura do valor X.



Formato vertical

- Para formatos verticais, a largura deve ser dividida por um fator de 2,8.
- O resultado é a largura do logotipo.
- O valor X é sua altura.



Formato horizontal

- Para formatos horizontais, a largura deve ser dividida por um fator de 4.
- O resultado é a largura do logotipo.
- O valor X é sua altura.

Calculando a largura do logotipo

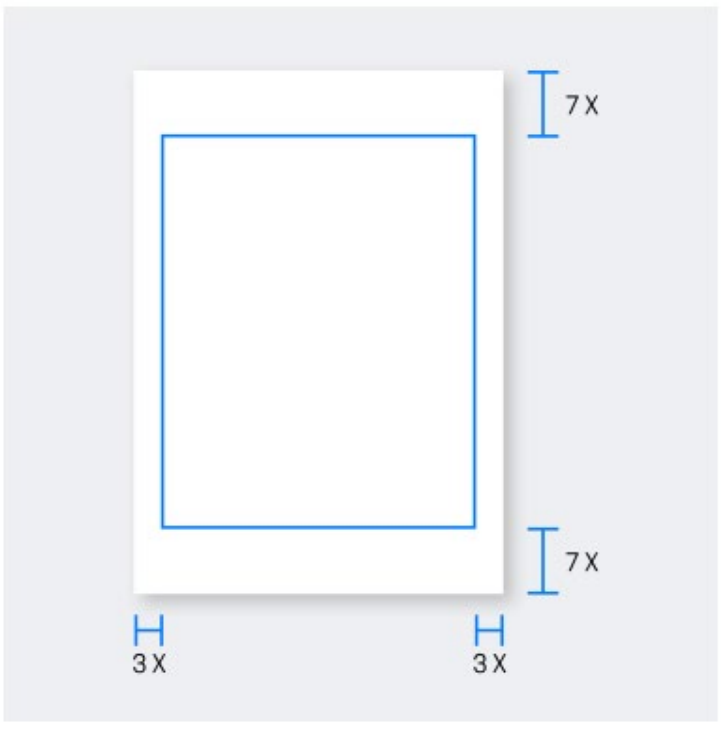
Para determinar o valor X, começamos calculando o tamanho do logotipo.

Para os respectivos formatos, calculamos então o tamanho do logotipo com base na largura do formato.

Se o valor X calculado for impreciso, ele será arredondado para cima ou para baixo com uma casa decimal (para valores em mm) ou um número inteiro (valores de pixel). Neste exemplo, 4,07 mm torna-se 4,1 mm; e 20,4 px se tornam 20 px.

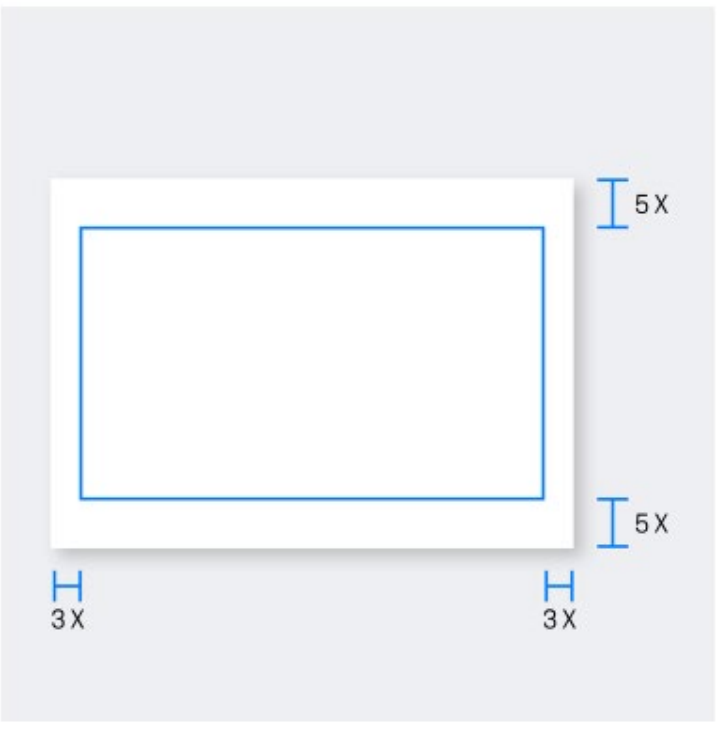
Área de texto

Para configurar os layouts, começamos definindo a área de texto. Usamos o valor X para definir separadamente as margens (ou seja, a distância até cada borda do formato) para os formatos vertical e horizontal.



Formato vertical

- Margem superior e inferior: 7 X
- Margem esquerda e direita: 3 X



Formato horizontal

- Margem superior e inferior: 5 X
- Margem esquerda e direita: 3 X

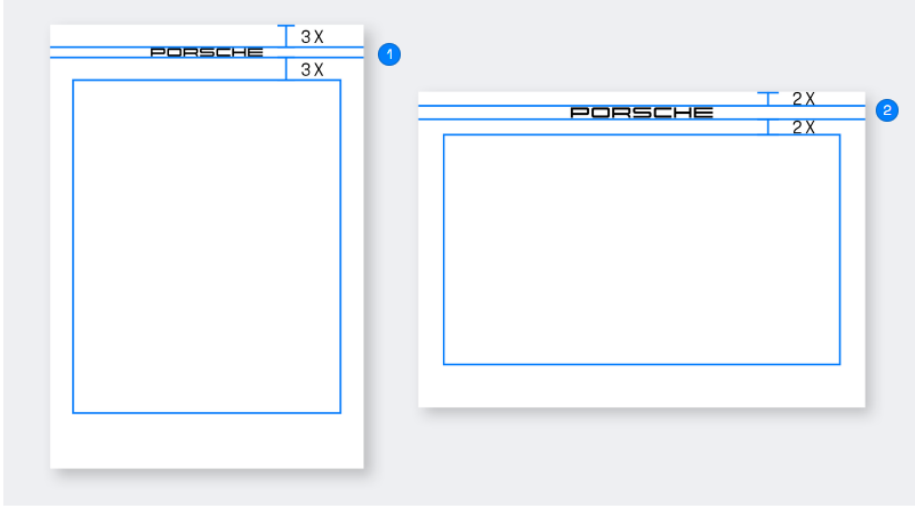
Colocação do logotipo

Topo
Centralizamos a marca no topo da área de texto com base em suas dimensões calculadas. Se a imagem de fundo tornar isso impossível, também colocamos a marca na parte inferior do formato. Veja abaixo as regras definidas:

- Para formato vertical, sempre colocamos o logotipo a uma distância de 3 X da borda do formato.
- Para formato horizontal, há uma distância de 2 X até a borda do formato.

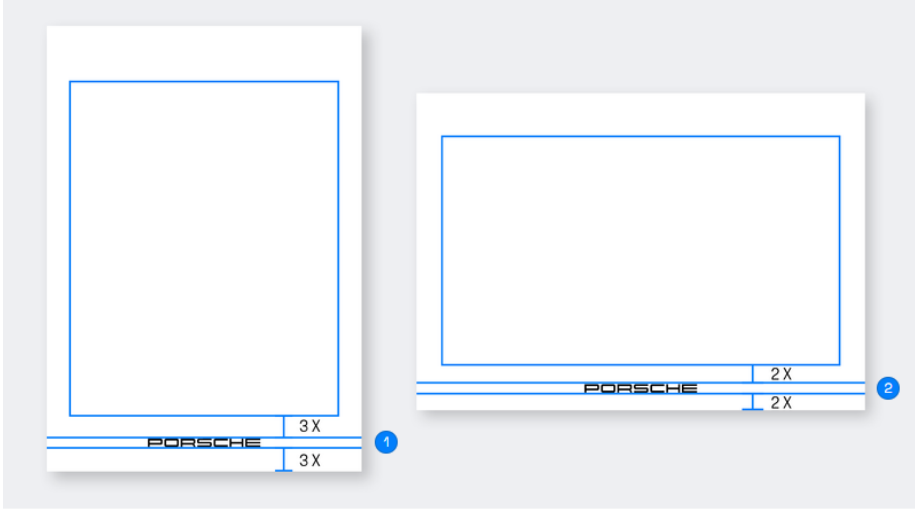
Inferior
As seguintes condições devem ser atendidas para colocar o logotipo na parte inferior do formato:

- O layout deve ser para mídia acima da linha (ATL).
- A legibilidade é difícil quando colocada no topo do formato.
- A área da imagem é mais monocromática no espaço de formato inferior.
- A composição da imagem permite maior liberdade para colocar o texto quando o logotipo é inserido na parte inferior do formato.



1 Portrait formats
Distance to top edge: 3 X
Distance to type area: 3 X

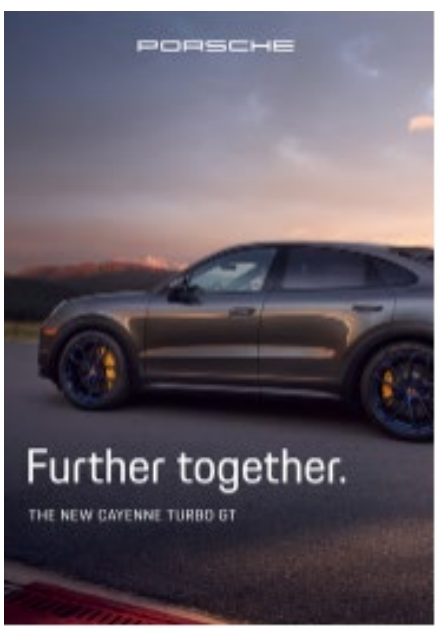
2 Landscape formats
Distance to top edge: 2 X
Distance to type area: 2 X



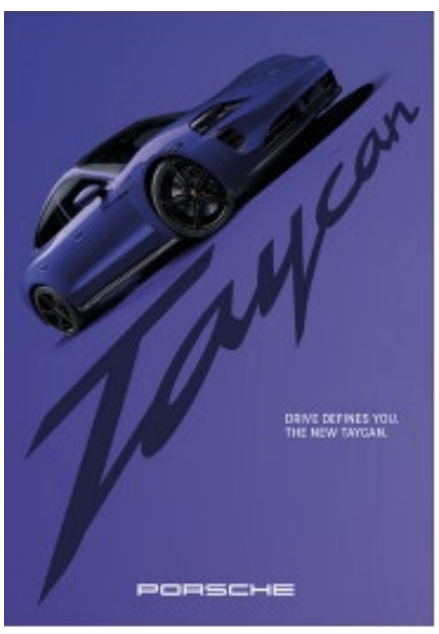
1 Portrait formats
Distance to bottom edge: 3 X
Distance to type area: 3 X

2 Landscape formats
Distance to bottom edge: 2 X
Distance to type area: 2 X

Posicionamento do logotipo em layouts gerais



Colocação do logotipo em layouts com letras dos modelos



Colocação do logotipo em combinação com valores de consumo

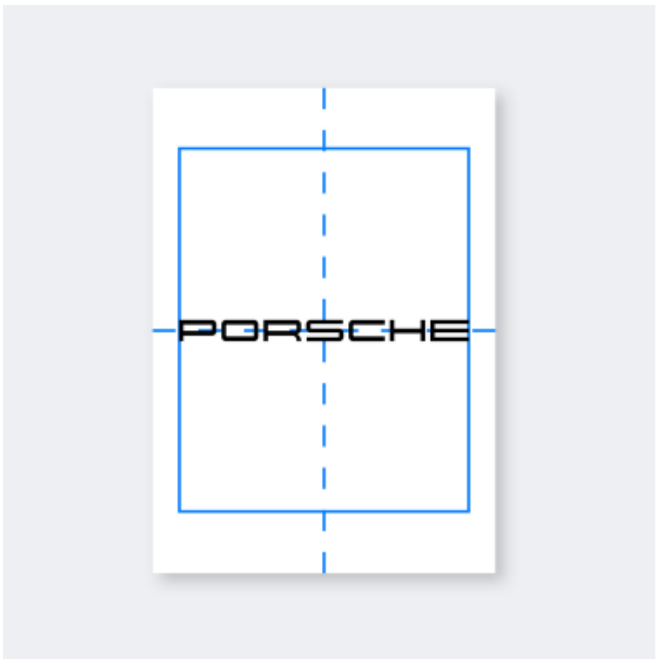
Na maioria das aplicações que aparecem nos estados membros da UE, as informações sobre o consumo de combustível e as emissões de CO_2 de um modelo de veículo anunciado devem ser fornecidas sob certas condições legais específicas do país.

Sempre colocamos os valores de consumo em cores específicas na parte inferior do formato, dentro da margem inferior. A distância do logotipo até a borda do formato aumenta dependendo do comprimento do valor de consumo.

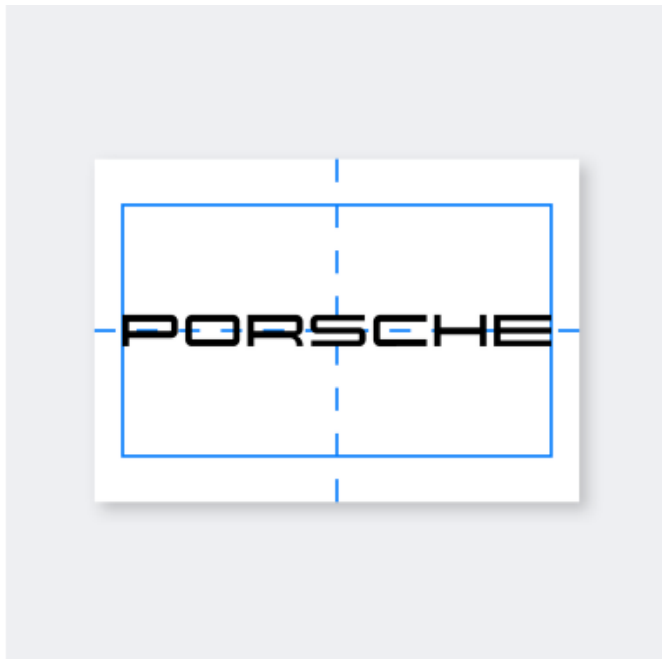
Consulte a seção Valores de Consumo e Emissão para obter mais informações sobre os requisitos de cor do texto.

1
PORSCHE
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X · außerorts XX,X · kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP);
3 X
2
PORSCHE
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X · außerorts XX,X · kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP);
CO_2-Emissionen in g/km kombiniert: XXX (NEFZ); XXX–XXX (WLTP); Stand XX/XXXX
4 X
3
PORSCHE
Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: XX,X (NEFZ); XX,X (WLTP, gewichtet); CO_2- Emissionen kombiniert in g/km: XXX (NEFZ);
XXX–XXX (WLTP, gewichtet); Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: XX,X (NEFZ); XX,X (WLTP, gewichtet);
elektrische Reichweite nach WLTP in km: XXX–XXX (EAER) · XXX–XXX (EAER City); Stand XX/XXXX
5 X

1. Valor de consumo, uma linha: Distância da marca nominativa até a borda inferior do formato: 3 X
2. Valor de consumo, duas linhas: Distância da marca nominativa até a borda inferior do formato: 4 X
3. Valor de consumo, três linhas: Distância da marca até a borda inferior do formato: 5 X



Vertical
- Logotipo é centrado horizontal e verticalmente dentro da área do texto.
- Distância à esquerda e à direita: 3 X.



Horizontal
- Logotipo é centrado horizontal e verticalmente dentro da área do texto.
- Distância à esquerda e à direita: 3 X.

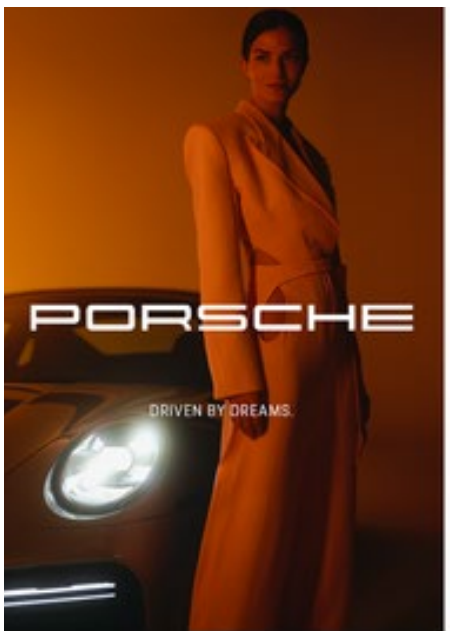
Aplicação do logotipo grande

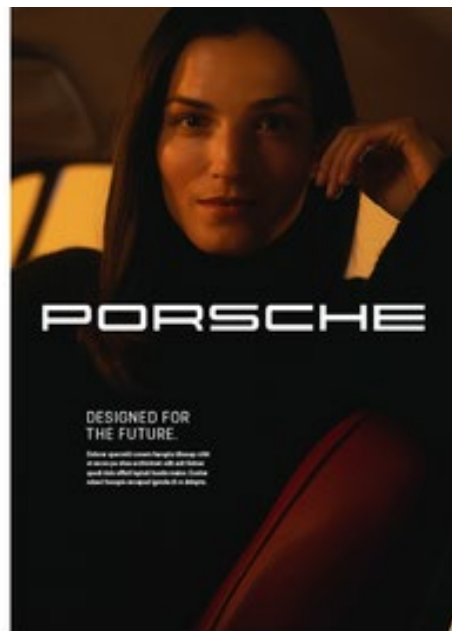
A comunicação da marca Porsche AG utiliza layouts com grandes formatos de logotipo.

Nesses casos, a marca é centralizada horizontal e verticalmente, em seguida, estendida por toda a largura da área de texto. Neste tipo de layout, não utilize nenhum outro tamanho.

A utilização é limitada apenas para comunicação da marca Porsche AG. Os mercados ou concessionários não podem adaptar de forma independente este layout em nenhuma circunstância.

Posicionamento do logotipo grande em layouts





EXPRESSÃO AUDIOVISUAL

O vídeo incorpora áudio com efeitos de velocidade e simboliza desempenho e inovação. O ritmo forte e poderoso significa precisão. A identidade sonora é finalizada com uma batida poderosa e dinâmica.

Para a integração do logotipo e do áudio, foi desenvolvida uma camada sonora especial (“Ramp”). O efeito sonoro com o “Ramp” está disponível em todas as 12 tonalidades musicais, permitindo que ele se conecte perfeitamente à música anterior e seja mixado no volume apropriado.

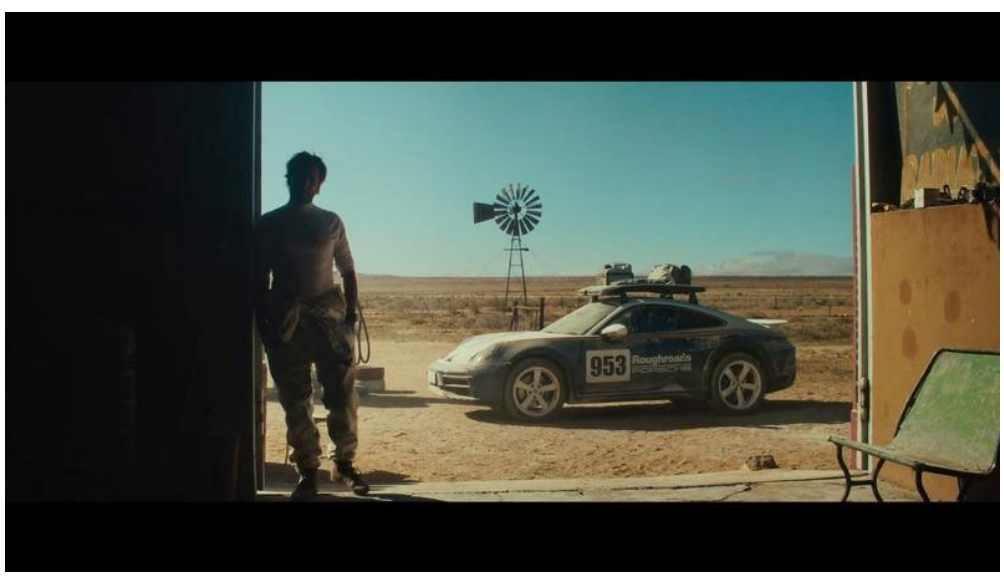
Sempre que outro material sonoro for reproduzido antes do Porsche Sound Logo, o “Ramp” deverá ser usado e a música deverá ser mesclada.

Uso

Formato vertical

- Selecione o arquivo de vídeo do “Expressive Shutter” adequado para sua produção.
- Verifique o tom da música anterior. Normalmente, a última nota de uma peça determina sua tonalidade. Se necessário, use um instrumento para comparação, ou um software de piano básico.
- Coloque o arquivo de áudio com a tonalidade apropriada sob a animação e misture-o harmoniosamente com a música anterior, combinando-a com o “Ramp”. Em seguida, a música deve sumir totalmente no momento em que o efeito sonoro começar.

Exemplo



Observe:
Todos os arquivos sonoros disponibilizados ainda não foram definitivamente aprovados e, portanto, devem ser entendidos como uma solução provisória.

Clique aqui ou leia o QR Code ao lado para assistir ao vídeo completo.

Os downloads das introduções e dos finais com e sem áudio estão disponíveis aqui.

PORSCHE

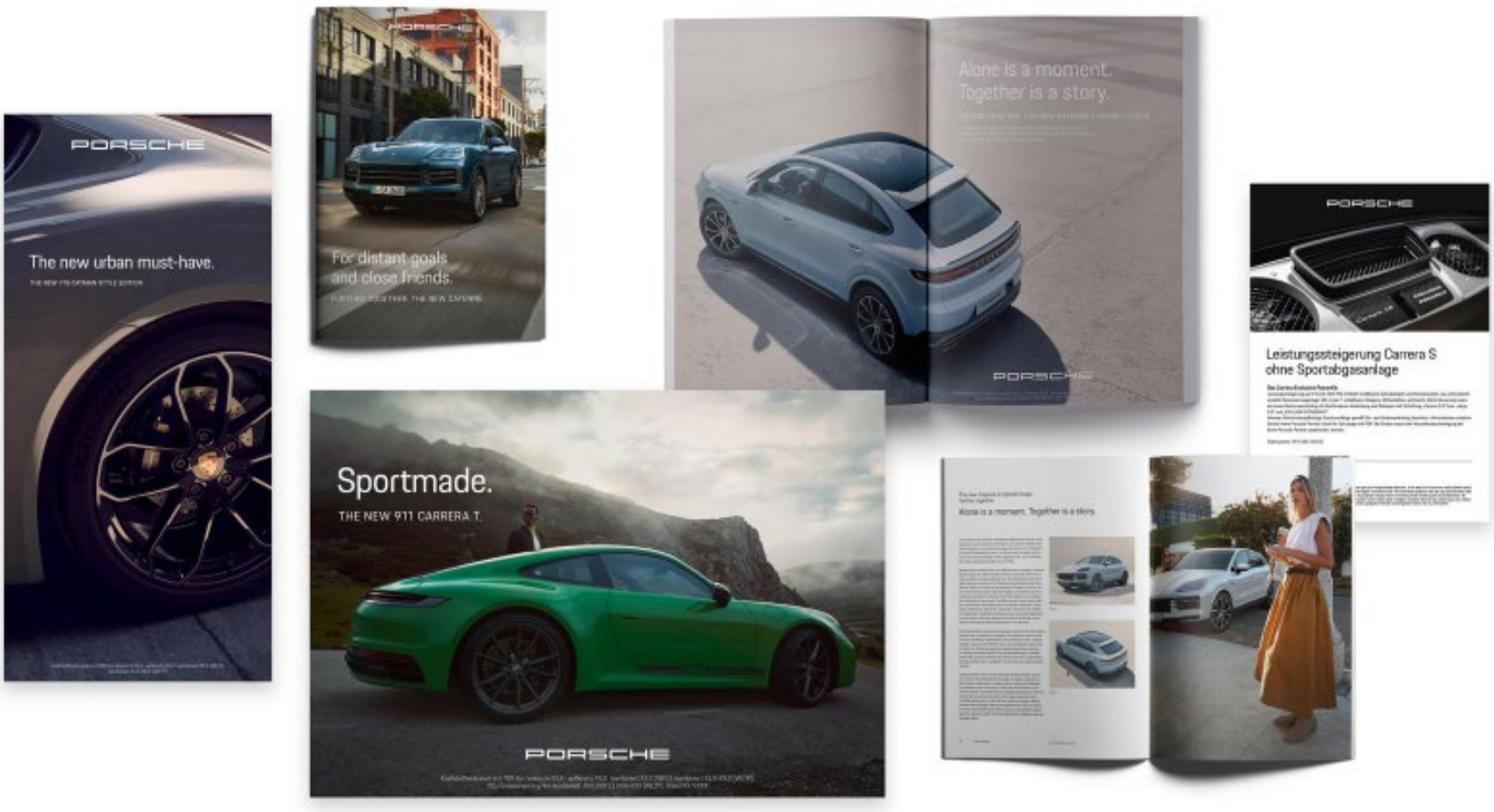
02

MÍDIA IMPRESSA

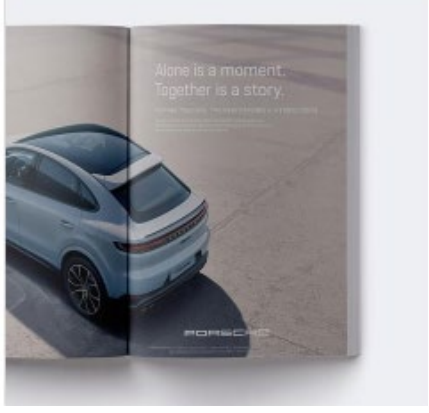
INTRODUÇÃO

Mídia impressa

Para garantir a identidade única, os designs dos diferentes materiais publicitários devem seguir uma linha para que a identidade da marca seja facilmente reconhecida – em qualquer lugar.

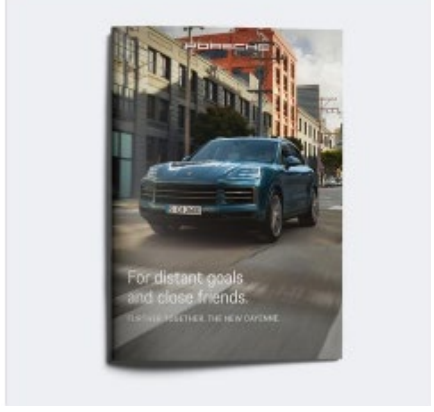

PORSCHE
The new urban must-have.
For distant goals and close friends.
Alone is a moment. Together is a story.
Leistungssteigerung Carrera S ohne Sportabgasanlage
Sportmade.
THE NEW 911 CARRERA T.

Esta seção fornece especificações e regras para aplicações impressas – desde publicidade em revistas e jornais até campanhas externas, pontos de venda e materiais editoriais.



Anúncios
Veja como nossa marca ganha vida em anúncios em revistas e jornais.

Outdoors
Encontre todas as especificações para cartazes e outdoors.

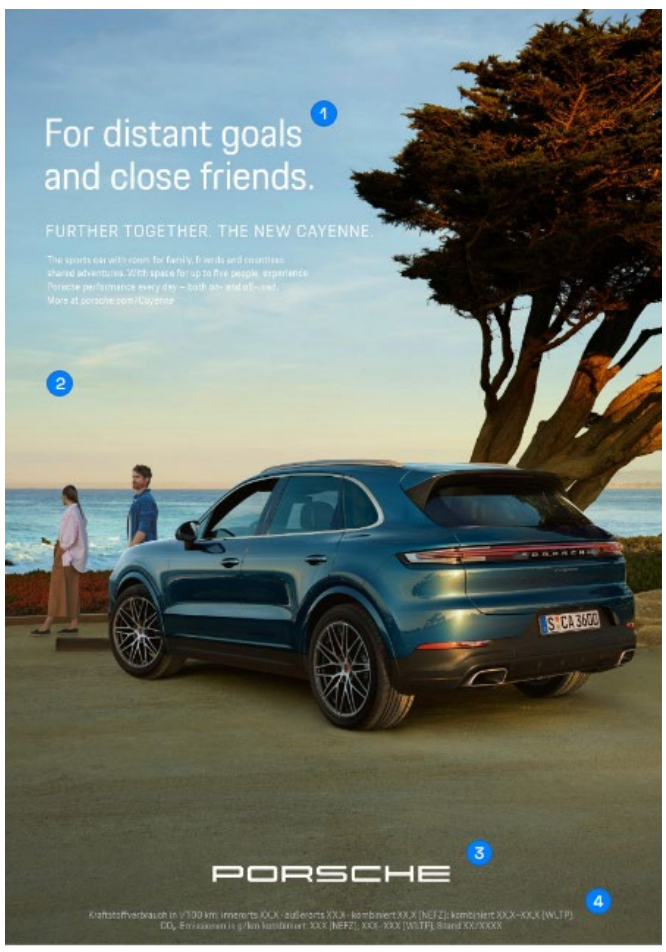


Editorial
Crie materiais de marketing interessantes, como catálogos, brochuras ou folhetos.

ANÚNCIOS EM REVISTAS

Os anúncios desempenham um papel crucial na comunicação. Eles determinam como a marca é percebida e reconhecida pelo público. A utilização correta do design da marca em todos os meios de comunicação impressos é, portanto, de extrema importância.

Página inteira



1. Text elements
2. Image
3. Wordmark height = 1 X
4. Consumption values

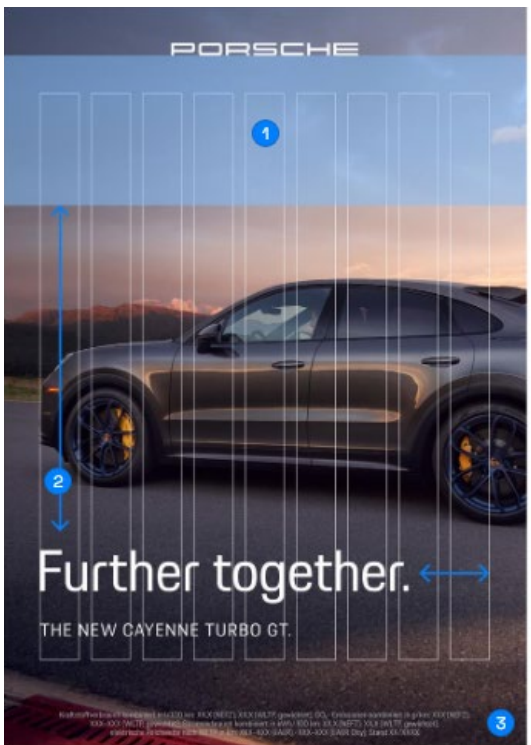
Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para o formato DIN A4, considere X=5 mm. Todas as especificações para anúncios de página inteira em revistas são válidas para o formato DIN A4.

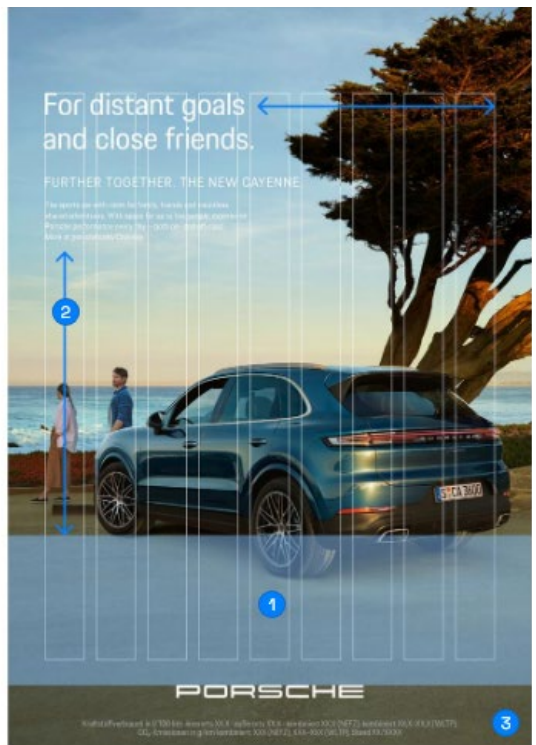
Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Elementos de texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

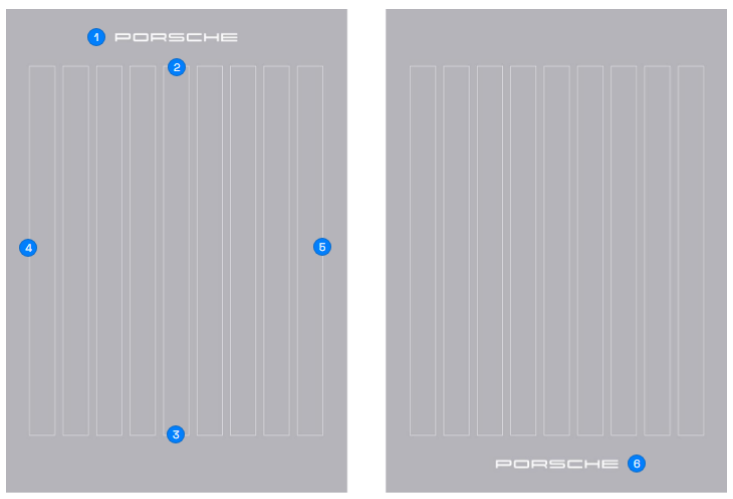
A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.





Área de texto e posicionamento do logotipo

Por padrão, colocamos o logotipo no topo. Se a legibilidade da marca for difícil ou se a composição da imagem permitir, também podemos colocar o logotipo na parte inferior.



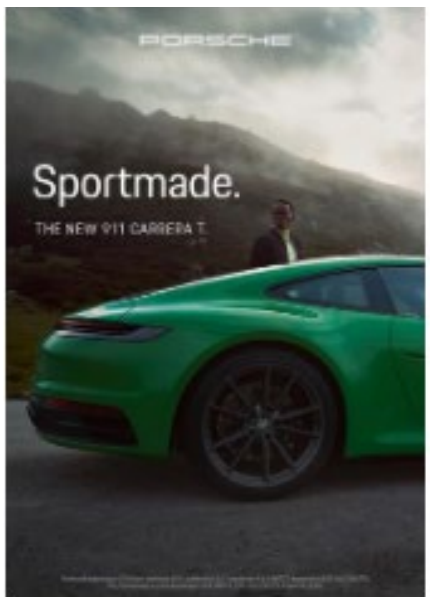
1. Wordmark distance to the format edge: 3 X
2. Upper margin: 7 X to edge of format
3. Lower margin: 7 X to the format edge
4. Left margin: 3 X to the format edge
5. Right margin: 3 X to the format edge
6. Distance wordmark to the bottom format edge: 3 X

Quando combinamos o logotipo e os valores de consumo na borda inferior do formato, a distância dele à borda inferior do formato depende do comprimento dos valores de consumo.

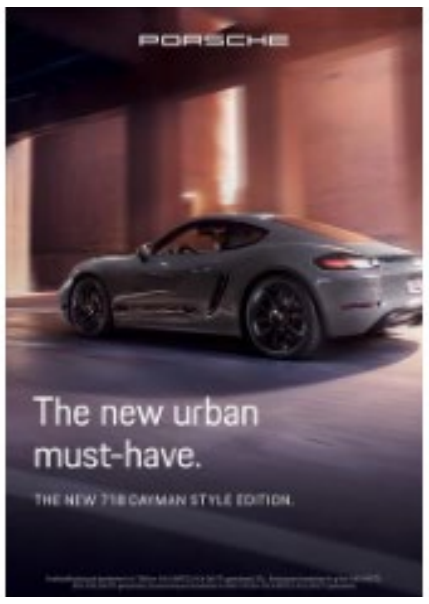
1. Distance wordmark to bottom format edge: 3 X
2. Distance wordmark to bottom format edge: 4 X
3. Distance wordmark to bottom format edge: 5 X

1. Minimum distance to wordmark: 12 X
2. Text position: flexible
3. Distance consumption values to bottom edge: 1 X

Tamanhos de fonte



Título 1



Título 2

Título 3

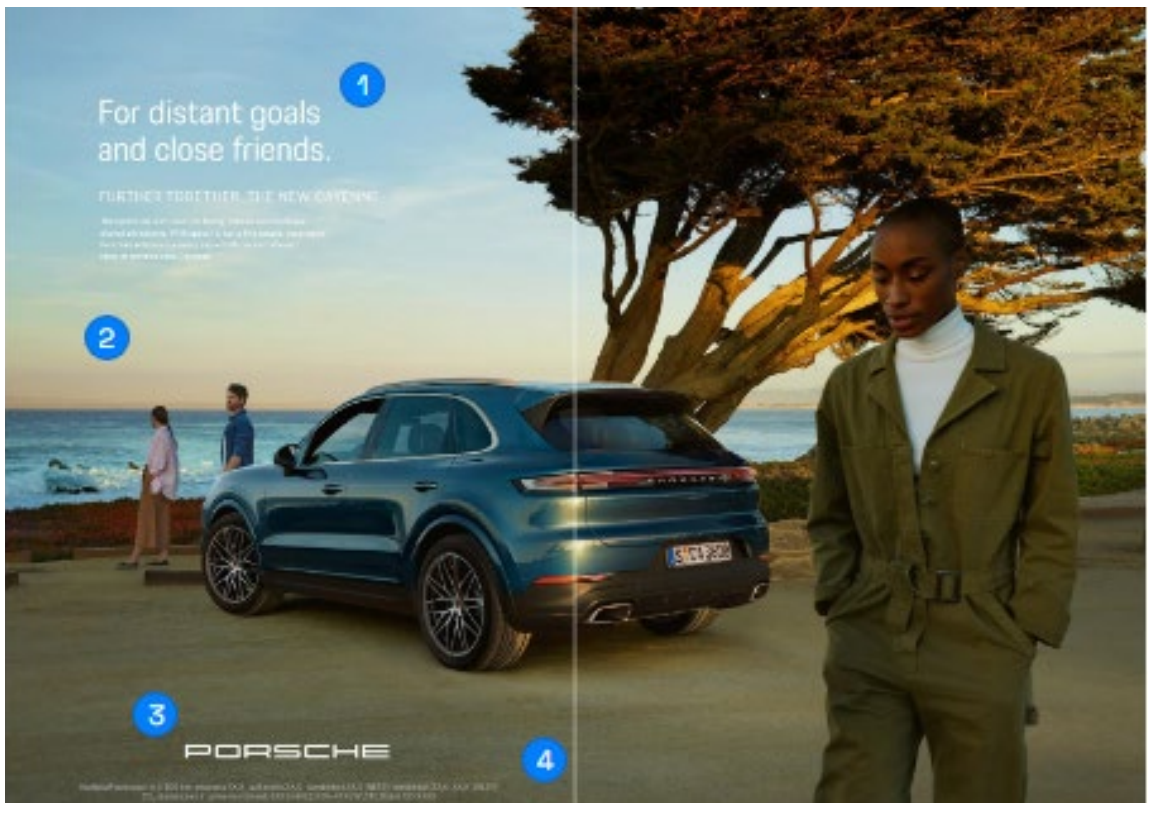
Título 4

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRELINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	55 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	45 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	35 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	25 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	12,5 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	11 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	9 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	9 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra
** Quantidade máxima

Por padrão, definimos títulos com os valores listados acima. Em certos casos, definimos títulos em diferentes estilos de tipo e grafia (por exemplo, SemiBold ou Maiúscula). Consulte a seção Tipografia para informações mais detalhadas.

Página dupla

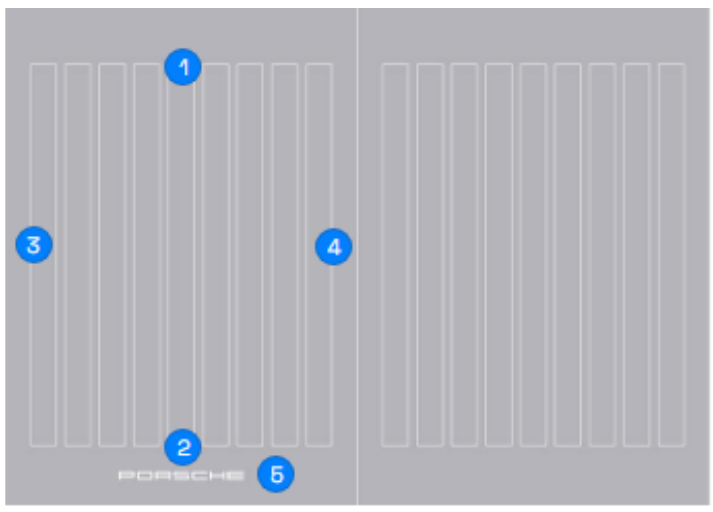


1. Text elements
2. Image
3. Wordmark height = 1 X
4. Consumption values

Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para o formato DIN A4, considere X=5 mm. Todas as especificações para anúncios em revistas de página dupla são válidas para o formato DIN A4.

Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Área de tipo e posicionamento do logotipo



Sempre centralizamos o logotipo na parte inferior. Também colocamos o logotipo à esquerda ou à direita da página para maior variedade.

1. Upper margin: 7 X to the format edge
2. Lower margin: 7 X to the format edge
3. Left margin: 3 X to edge of format
4. Right margin: 3 X to binding margin
5. Distance wordmark to bottom edge of format: 3 X

1. Distance wordmark to the bottom format edge: 3 X
2. Distance wordmark to the bottom format edge: 4 X
3. Distance wordmark to the bottom format edge: 5 X

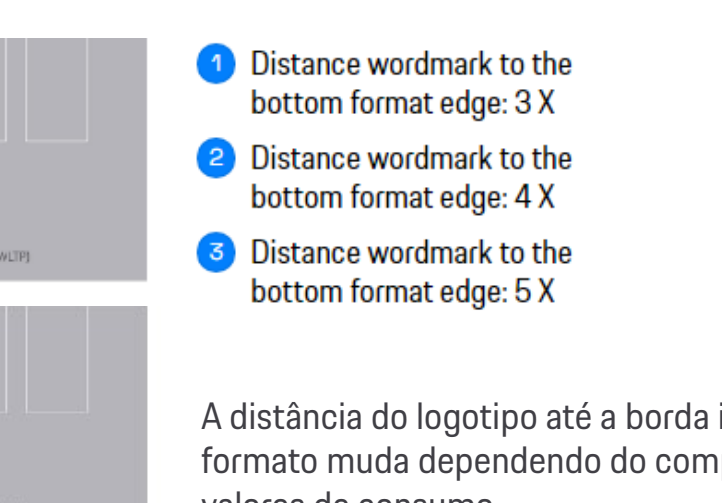
A distância do logotipo até a borda inferior do formato muda dependendo do comprimento dos valores de consumo.

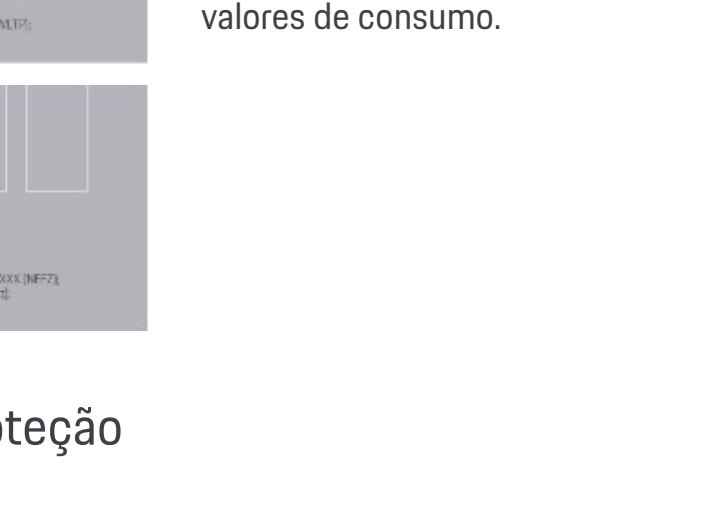
Elementos de texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.

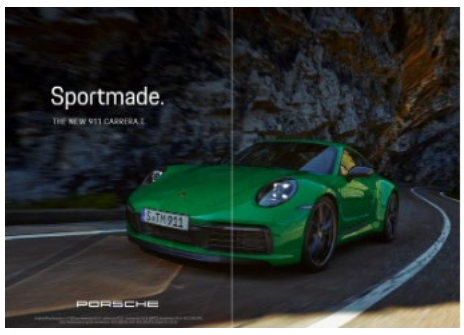
Certifique-se de que, em anúncios de página dupla, todos os elementos de texto e o logotipo sejam colocados juntos em um lado. Não é permitido colocar textos em páginas diferentes.



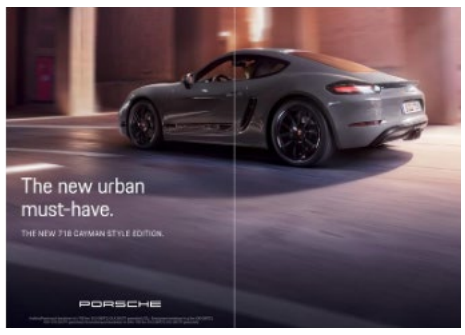


1. Text position: flexible
2. Minimum distance to wordmark: 12 X
3. Distance consumption values to bottom edge: 1 X

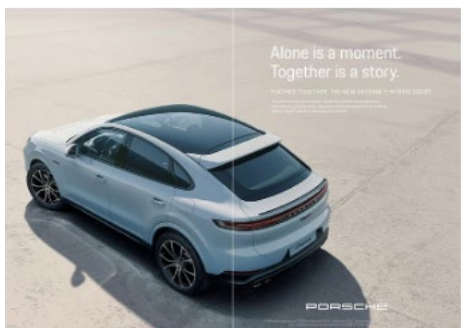
Tamanhos de fonte



Título 1



Título 2



Título 3

Título 4

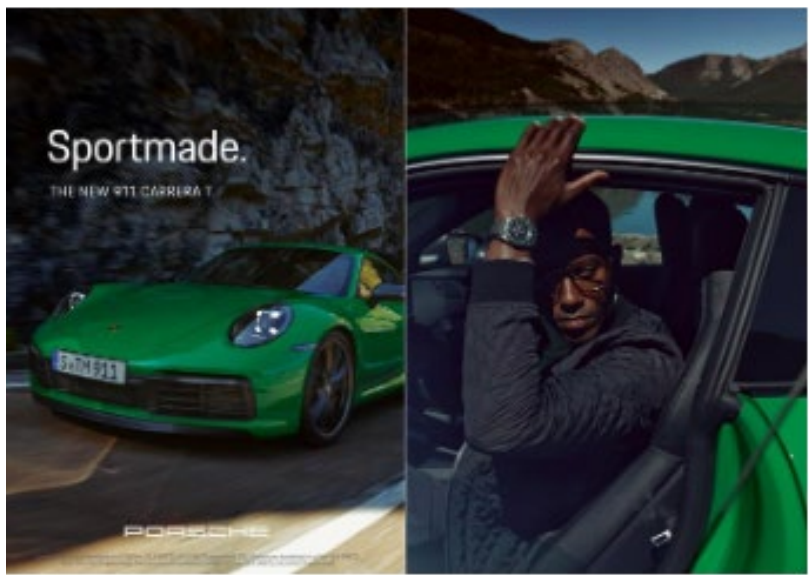
TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRELINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	65 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	55 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	45 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	35 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	20 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	15 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	9 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	9 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra
** Quantidade máxima

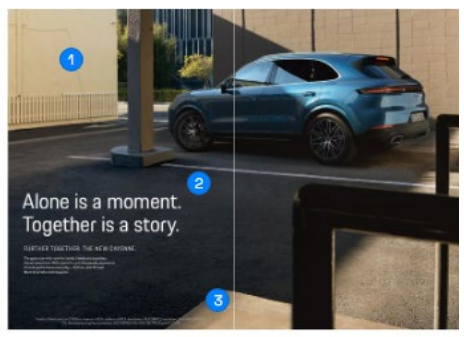
Por padrão, definimos títulos com os valores listados acima. Em certos casos, definimos títulos em diferentes estilos de tipo e grafia (por exemplo, SemiBold ou Maiúscula). Consulte a seção Tipografia para informações mais detalhadas.

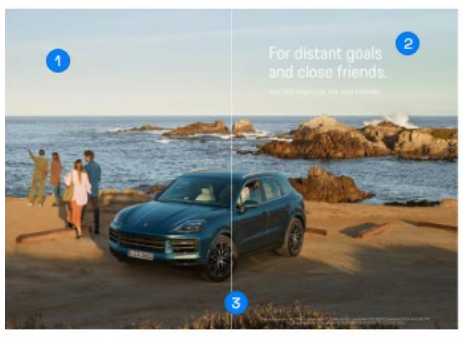
Layouts divididos

Como opção alternativa, usamos layouts divididos com duas imagens para criar layouts de campanha dinâmicos e interessantes.



Páginas múltiplas





1 Image
2 Text elements
3 Consumption values
4 Wordmark height = 1 X

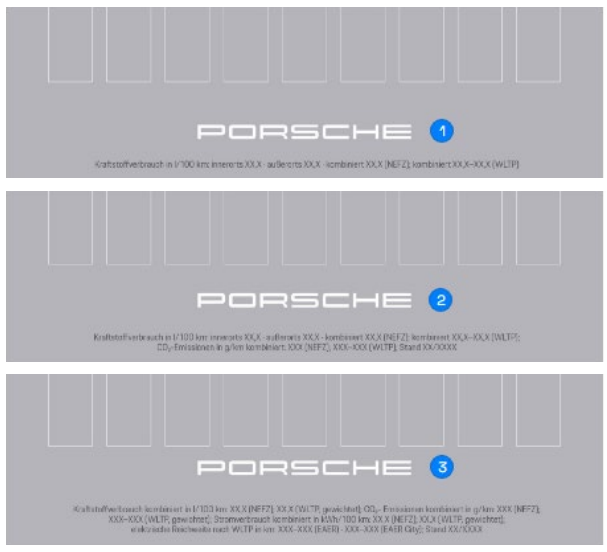
Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para o formato DIN A4, considere X=5 mm. Todas as especificações para anúncios em revistas de página dupla são válidas para o formato DIN A4.

Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Área de texto e posicionamento do logotipo

Em anúncios de revistas com várias páginas, sempre colocamos o logotipo na última página, no topo. Se a legibilidade for difícil ou se a composição da imagem permitir maior liberdade de posicionamento do texto, também podemos colocar o logotipo na parte inferior. Consulte a seção Logotipo para obter informações detalhadas.

1. Distance wordmark to bottom edge of format: 3 X
2. Upper margin: 7 X to edge of format
3. Lower margin: 7 X to edge of format
4. Left margin: 3 X to edge of format
5. Right margin: 3 X to binding margin

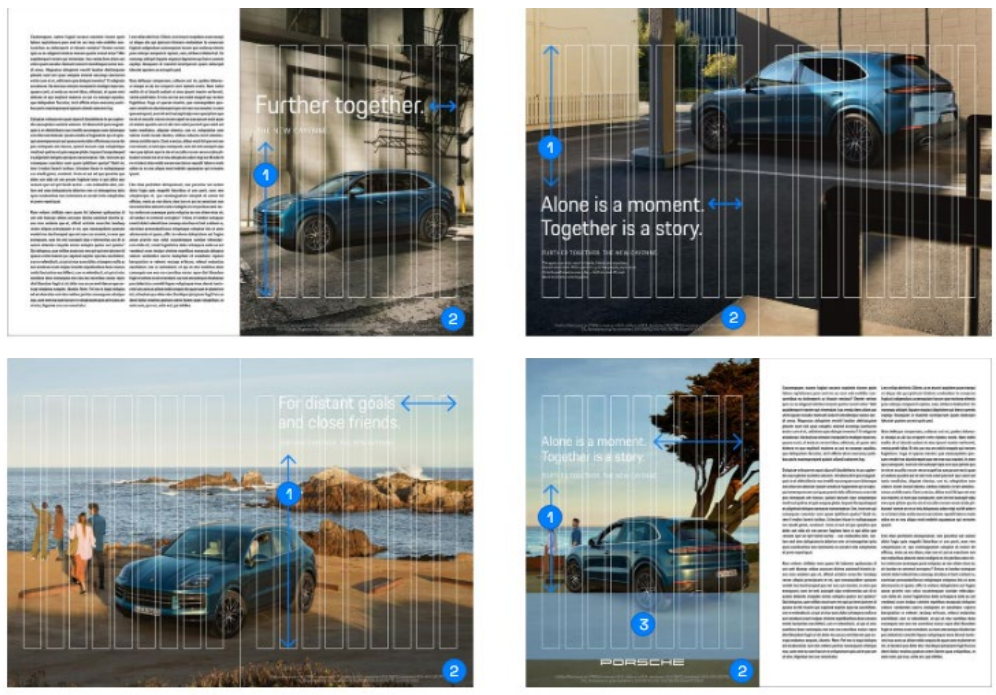


1. Distance wordmark to the bottom format edge: 3 X
2. Distance wordmark to the bottom format edge: 4 X
3. Distance wordmark to the

Textos e área de proteção

Em anúncios de várias páginas, variamos a posição do texto entre elas.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.



1. Text position: flexible
2. Distance consumption values to bottom edge: 1 X
3. Minimum distance to wordmark: 12 X

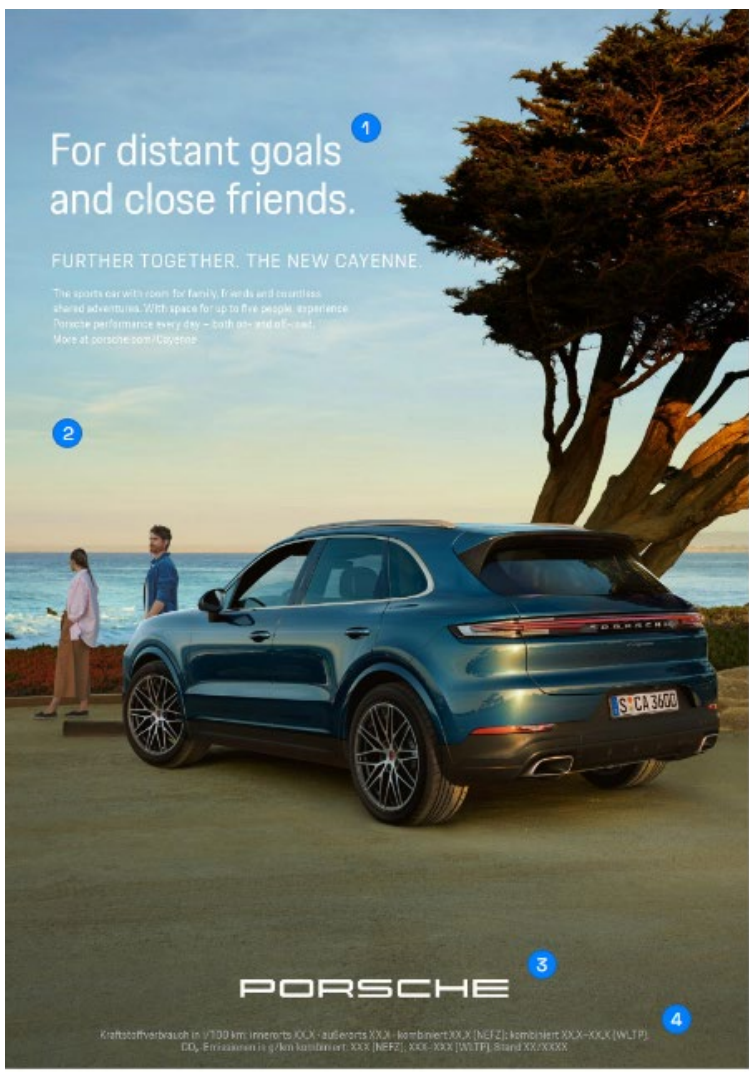
TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRELINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	65 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	55 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	45 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	35 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	20 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	15 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	9 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	9 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra
** Quantidade máxima

Por padrão, definimos títulos com os valores listados acima. Em certos casos, definimos títulos em diferentes estilos de texto e grafia (por exemplo, SemiBold ou Maiúscula). Consulte a seção Tipografia para informações mais detalhadas.

ANÚNCIOS EM JORNAIS

Página inteira



1. Text elements
2. Image
3. Wordmark height = 1 X
4. Consumption values

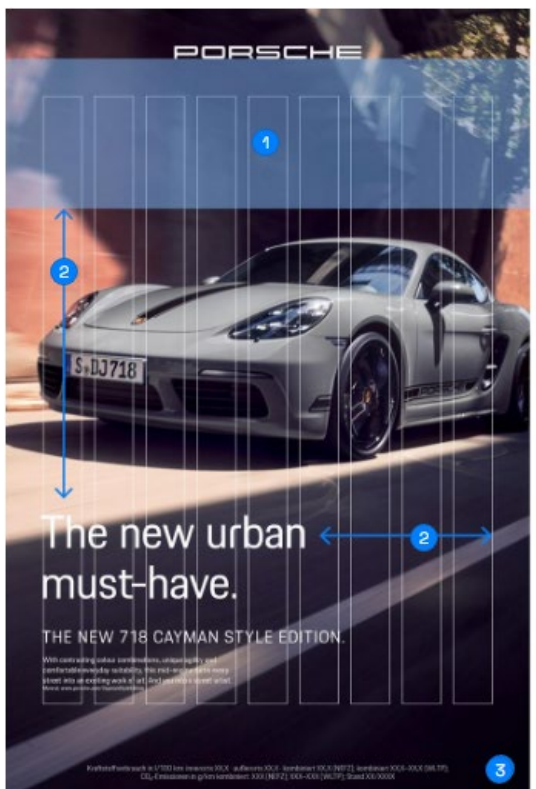
Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para os formatos nórdico e renano, é X=9 mm; para o formato Berliner, é X=7,5 mm.

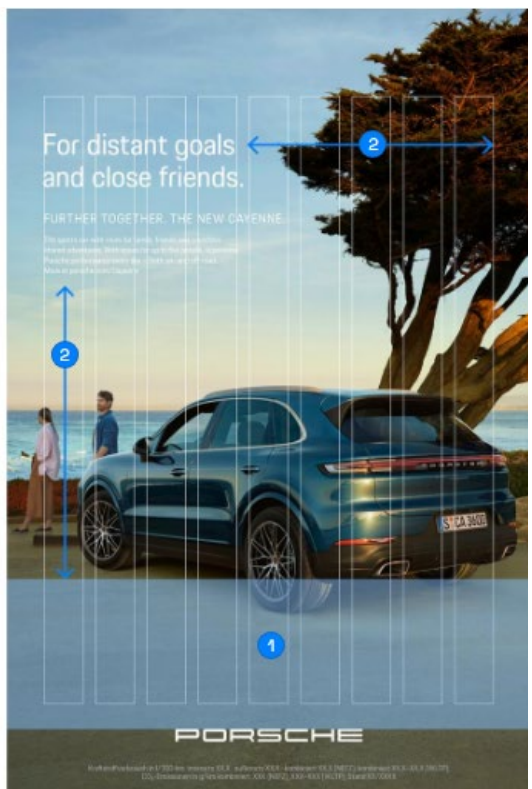
Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Elementos de texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.

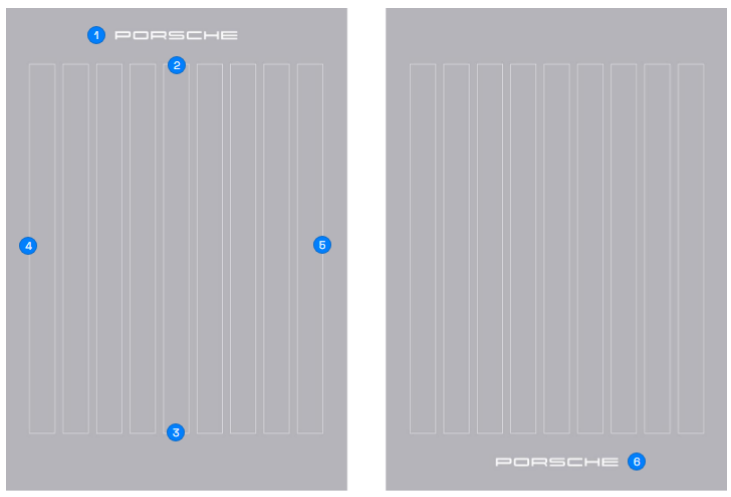




1. Minimum distance to wordmark: 12 X
2. Text position: flexible
3. Distance consumption values to bottom edge: 1 X

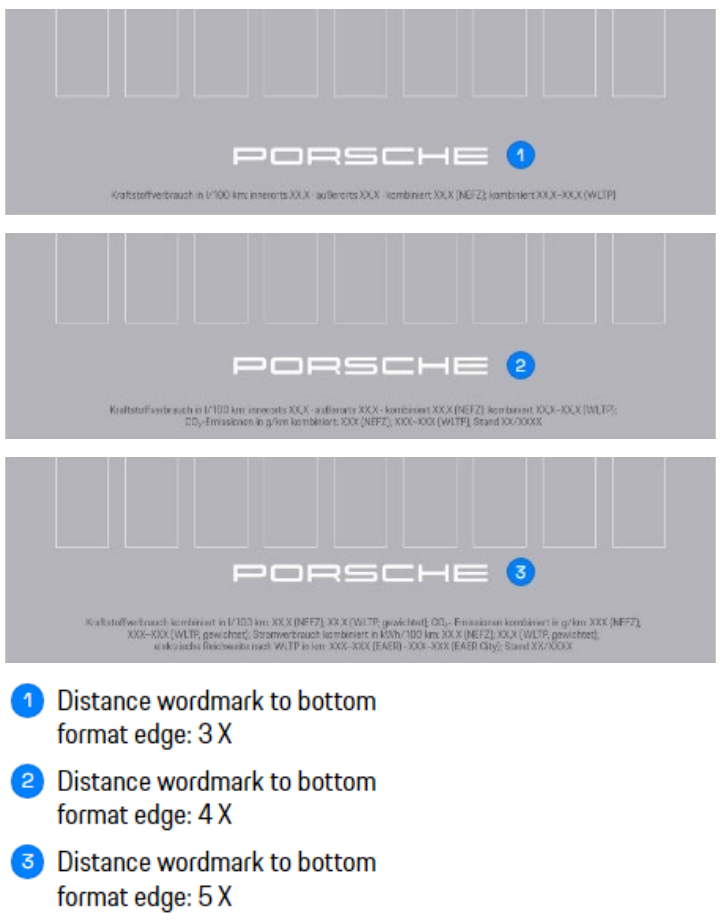
Área de texto e posicionamento do logotipo

Por padrão, colocamos o logotipo no topo. Se a legibilidade for difícil ou se a imagem permitir maior liberdade de posicionamento do texto, também podemos colocar o logotipo na parte inferior. Consulte a seção Logotipo para obter informações detalhadas.



1. Wordmark distance to the format edge: 3 X
2. Upper margin: 7 X to edge of format
3. Lower margin: 7 X to the format edge
4. Left margin: 3 X to the format edge
5. Right margin: 3 X to the format edge
6. Distance wordmark to the bottom format edge: 3 X

Quando combinamos o logotipo e os valores de consumo na borda inferior do formato, a distância do logotipo até a borda inferior do formato depende do comprimento dos valores de consumo.



1. Distance wordmark to bottom format edge: 3 X
2. Distance wordmark to bottom format edge: 4 X
3. Distance wordmark to bottom format edge: 5 X

Tamanhos de fonte

Título 1

Título 2

Título 3

Título 4

Por padrão, definimos títulos com os valores listados abaixo. Em certos casos, definimos títulos em diferentes estilos de tipo e grafia (por exemplo, SemiBold ou Regular). Consulte a seção Tipografia para informações mais detalhadas.

Formato berlinense

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	90 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	78 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	65 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	50 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	28 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	21 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	13 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	13 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra
** Quantidade máxima

Formato renano

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	100 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	88 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	72 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	56 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	32 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	24 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	14 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	14 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra
** Quantidade máxima

Formato nórdico

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	110 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	96 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	80 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	64 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	36 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	27 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	16 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	16 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra
** Quantidade máxima

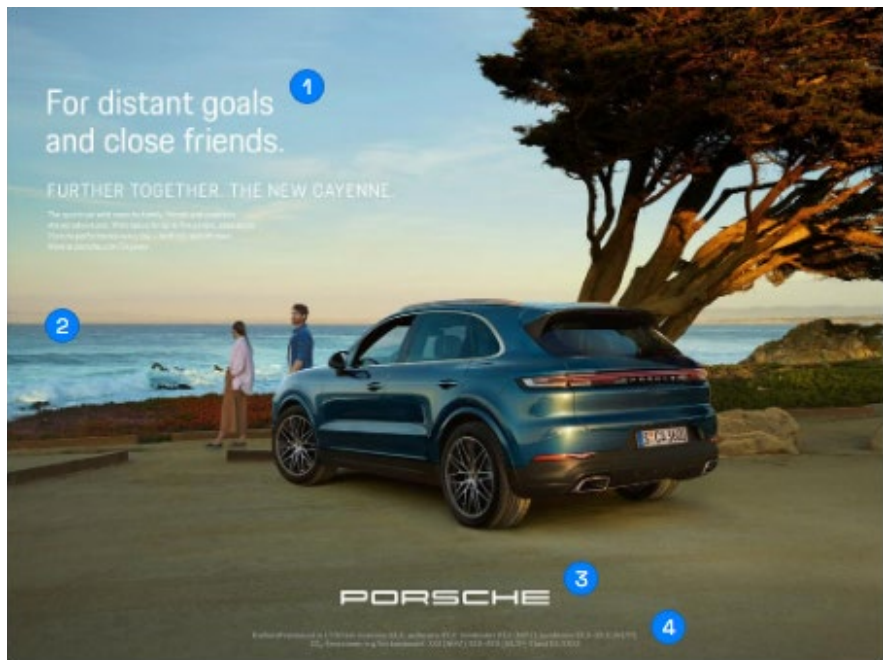
Elementos adicionais

Nosso sistema de design oferece espaço para elementos adicionais nas duas colunas externas. Alinhamos o conteúdo com a parte inferior do texto. A cor dos elementos adicionais deve ser monocromática e corresponder à cor da letra.

PORSCHE
S DJ 718
The new urban must-have.
THE NEW 718 CAYMAN STYLE EDITION.
With contrasting colour combinations, unique agility and comfortable everyday suitability, this mid-engine turns every street into an exciting work of art. And you into a street artist.
More at: www.porsche.com/Cayman/StyleEdition
IAA MOBILITY
1
2

1. Additional element: two columns
2. Additional element: two columns

Meia página



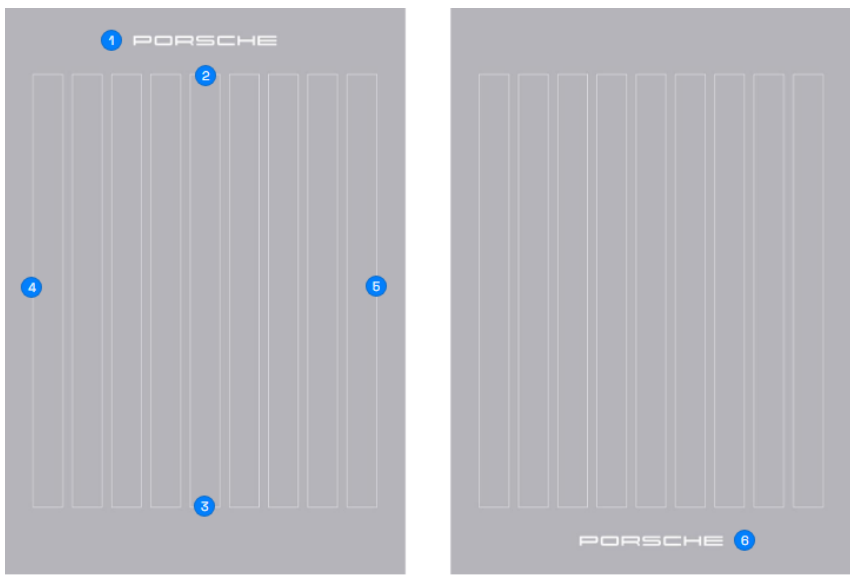
1. Text elements
2. Image
3. Wordmark height = 1 X
4. Consumption values

Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para os formatos nórdico e renano, é X=6 mm; para o formato Berliner, é X=5 mm.

Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

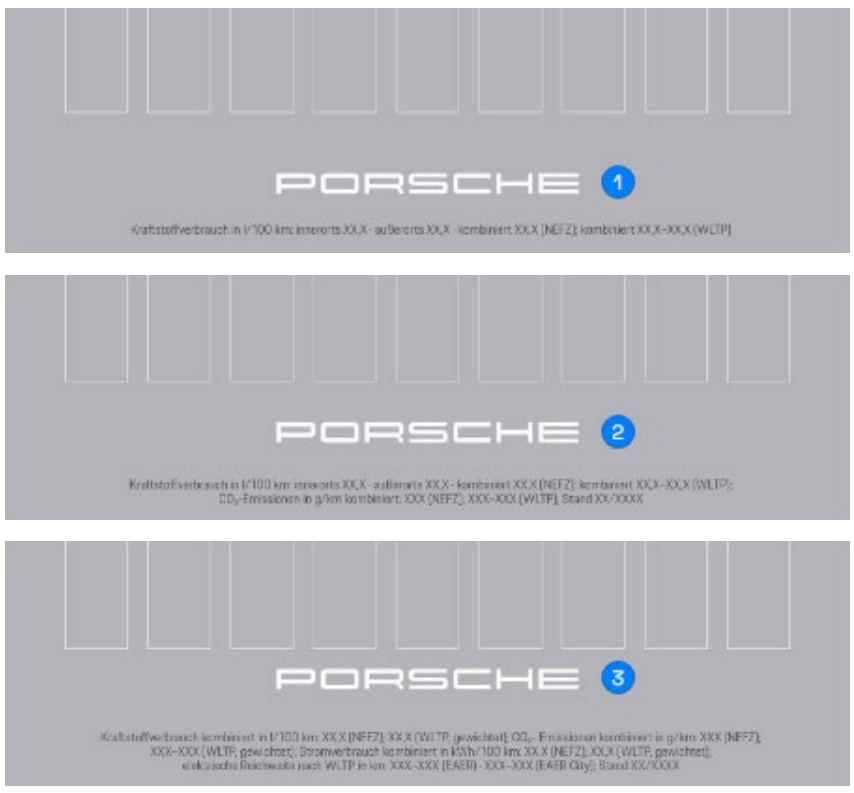
Área de texto e posicionamento do logotipo

Por padrão, colocamos o logotipo no topo. Se a legibilidade for difícil ou se a imagem permitir maior liberdade de posicionamento do texto, também podemos colocar o logotipo na parte inferior do formato. Consulte a seção Logotipo para obter informações detalhadas.



1 Wordmark distance to the format edge: 3 X
2 Upper margin: 7 X to edge of format
3 Lower margin: 7 X to the format edge
4 Left margin: 3 X to the format edge
5 Right margin: 3 X to the format edge
6 Distance wordmark to the bottom format edge: 3 X

Quando combinamos o logotipo e os valores de consumo na borda inferior do formato, a distância do logotipo até a borda inferior do formato depende do comprimento dos valores de consumo.

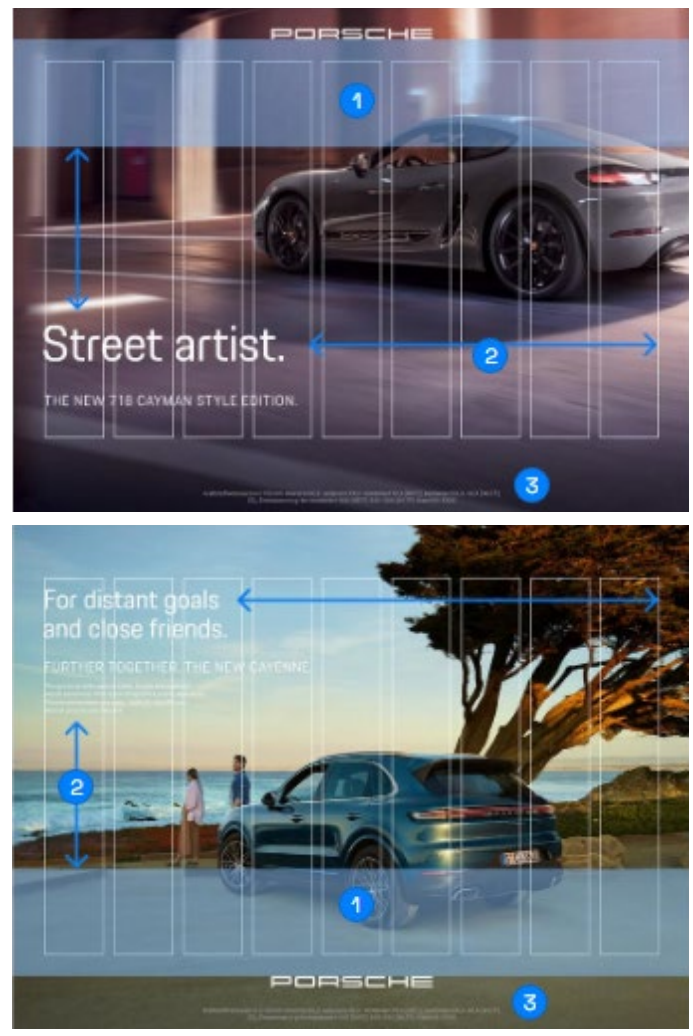


1 Distance wordmark to bottom format edge: 3 X
2 Distance wordmark to bottom format edge: 4 X
3 Distance wordmark to bottom format edge: 5 X

Elementos de texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

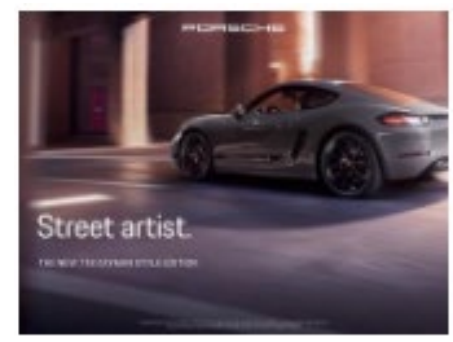
A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.



1 Minimum distance to wordmark: 10 X
2 Text position: flexible
3 Distance consumption values to bottom edge: 1 X

Tamanhos de fonte

Título 1



Título 2

Título 3

Título 4

Por padrão, definimos títulos com os valores listados abaixo. Em certos casos, definimos títulos em diferentes estilos de tipo e grafia (por exemplo, SemiBold ou Regular). Consulte a seção Tipografia para informações mais detalhadas.

Formato berlinense

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	78 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	65 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	50 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	35 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	18 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	14 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	8 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	8 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra ** Quantidade máxima

Formato renano

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	88 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	72 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	56 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	40 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	20 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	16 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	9 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	9 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra ** Quantidade máxima

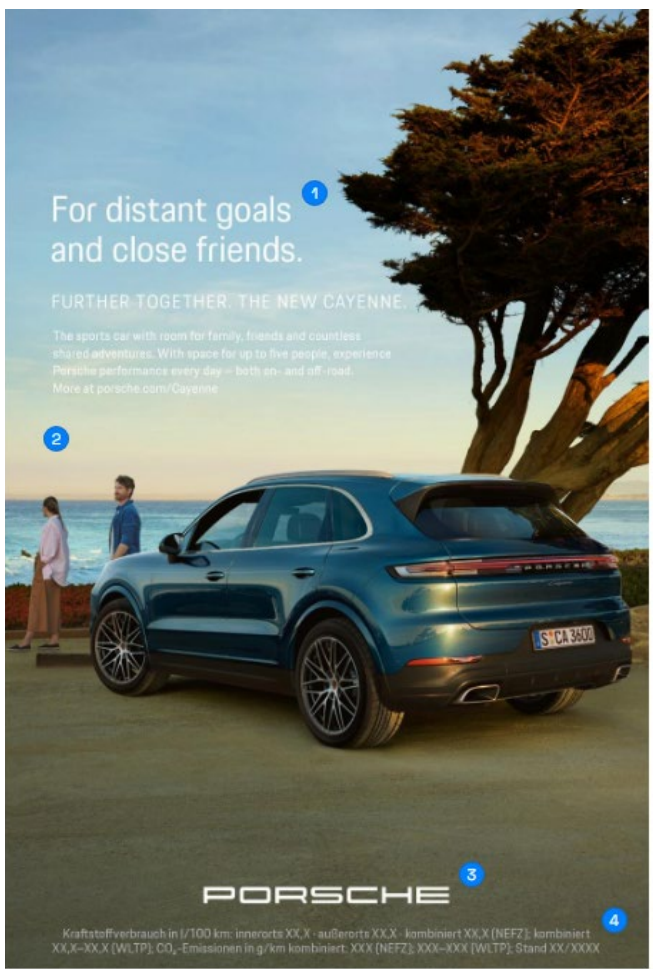
Formato nórdico

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	92 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	76 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	60 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	42 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	22 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	18 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	10 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	10 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra ** Quantidade máxima

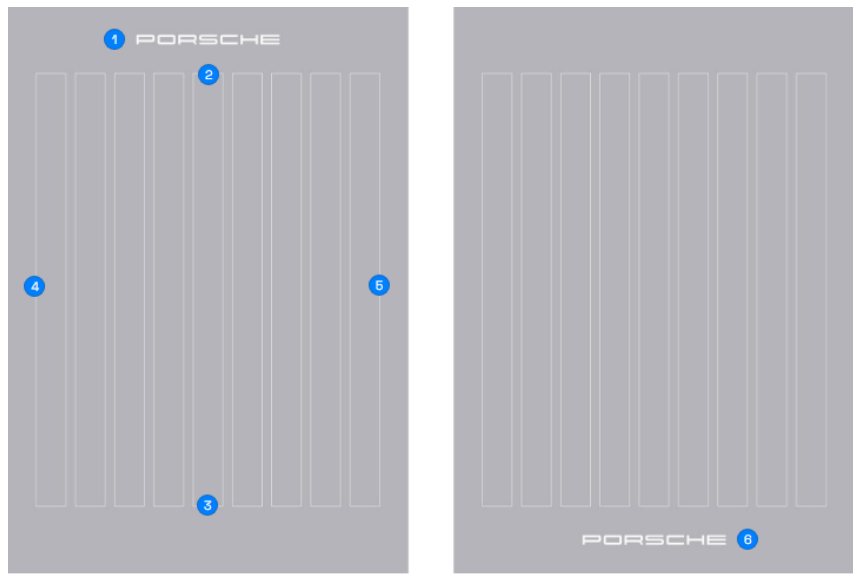
Um Quarto de página

Por padrão, colocamos o logotipo no topo. Se a legibilidade for difícil ou se a imagem permitir maior liberdade de posicionamento do texto, também podemos colocá-lo na parte inferior. Consulte a seção Logotipo para obter informações detalhadas.



1 Text elements
2 Image
3 Wordmark height = 1 X
4 Consumption values

Área de texto e posicionamento



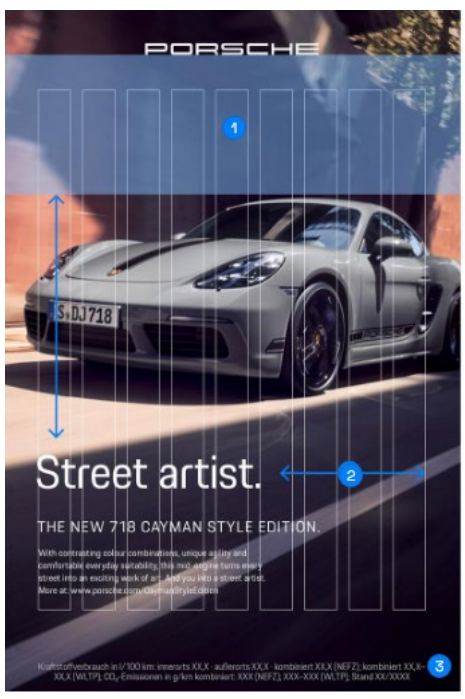
1 Wordmark distance to the format edge: 3 X
2 Upper margin: 7 X to edge of format
3 Lower margin: 7 X to the format edge
4 Left margin: 3 X to the format edge
5 Right margin: 3 X to the format edge
6 Distance wordmark to the bottom format edge: 3 X

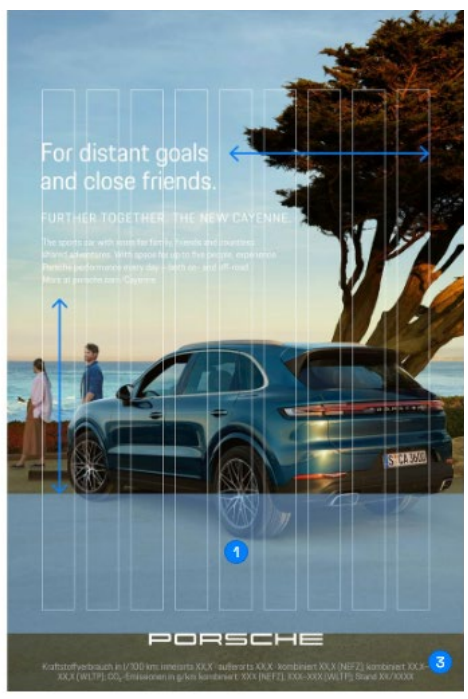
Quando combinamos o logotipo e os valores de consumo na borda inferior do formato, a distância do logotipo até a borda inferior do formato depende do comprimento dos valores de consumo.

Elementos de texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

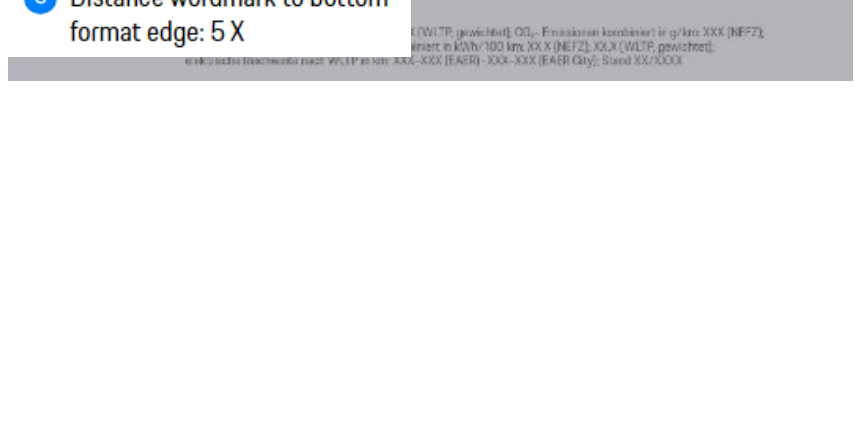
A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.





1 Minimum distance to wordmark: 12 X
2 Text position: flexible
3 Distance consumption values to bottom edge: 1 X

1 Distance wordmark to bottom format edge: 3 X
2 Distance wordmark to bottom format edge: 4 X
3 Distance wordmark to bottom format edge: 5 X



Os tamanhos de fonte mostrados abaixo se aplicam aos seguintes formatos de jornal:

- Formato berlinense
- Formato renano
- Formato nórdico

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	55 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	45 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	35 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	25 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	15 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	12,5 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	9 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	9 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra

** Quantidade máxima

Tamanhos de fonte

Título 1

Título 2

Título 3

Título 4

Por padrão, definimos títulos com os valores listados. Em certos casos, definimos títulos em diferentes estilos de tipo e grafia (por exemplo, SemiBold ou Regular). Consulte a seção Tipografia para informações mais detalhadas.

Elementos adicionais

Nosso sistema de design oferece espaço para elementos adicionais nas duas colunas externas. Alinhamos o conteúdo com a parte inferior do texto. A cor dos elementos adicionais deve ser monocromática e corresponder à cor da letra.

1 Additional element: two columns

2 Additional element: two columns

ANÚNCIOS DE REVENDEDORES

Página inteira

PORSCHE
1
2
The new urban must-have.
3
THE NEW 718 CAYMAN STYLE EDITION.
With contrasting colour combinations, unique agility andcomfortable everyday suitability, this mid-engine turns every street into an exciting work of art. And you into a street artist.
More at: www.porsche.com/CaymanStyleEdition
4
Porsche Zentrum Berlin
Exlusive Flagship Dealer
Franklinstraße 23
10587 Berlin
030 978911 - 100
www.porsche-berlin.de
5
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X - außerorts XX,X - kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP);
CO2-Emissionen in g/km kombiniert: XXX (NEFZ); XXX–XXX (WLTP); Stand XX/XXXX

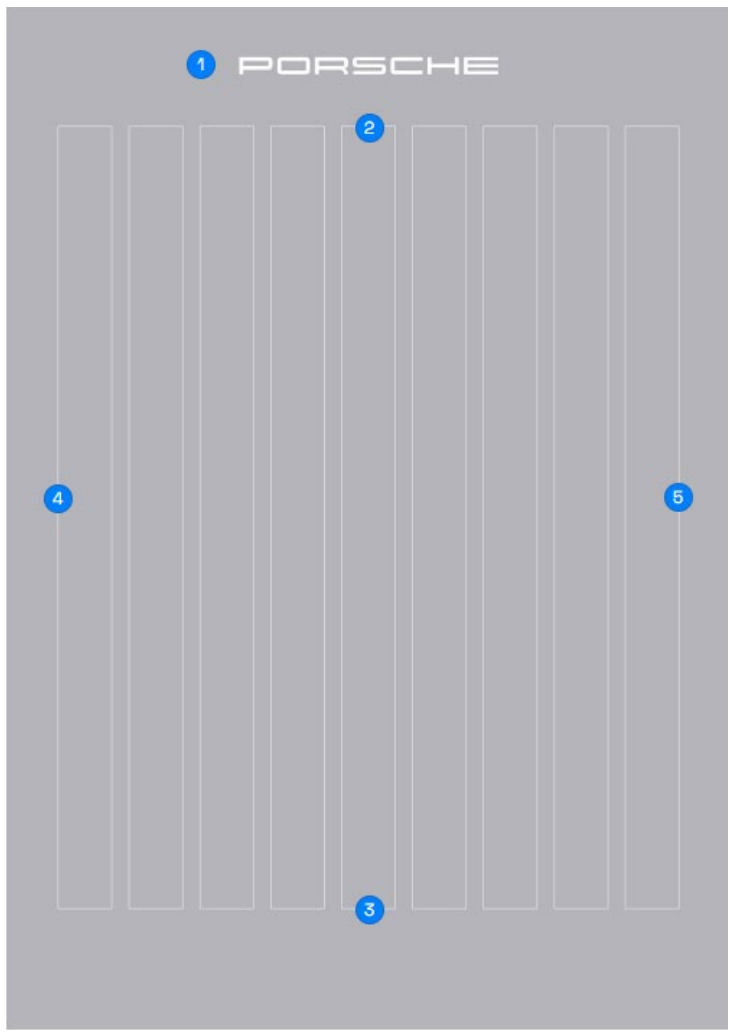
1. Wordmark height = 1 X
2. Image
3. Text elements
4. Dealer information

Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para o formato DIN A4, X=5 mm. Todas as especificações para anúncios de página inteira em revistas são válidas para o formato DIN A4.

Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Área de texto e posicionamento do logotipo

Nos anúncios de revendedores, o logotipo é sempre colocado no topo do formato.

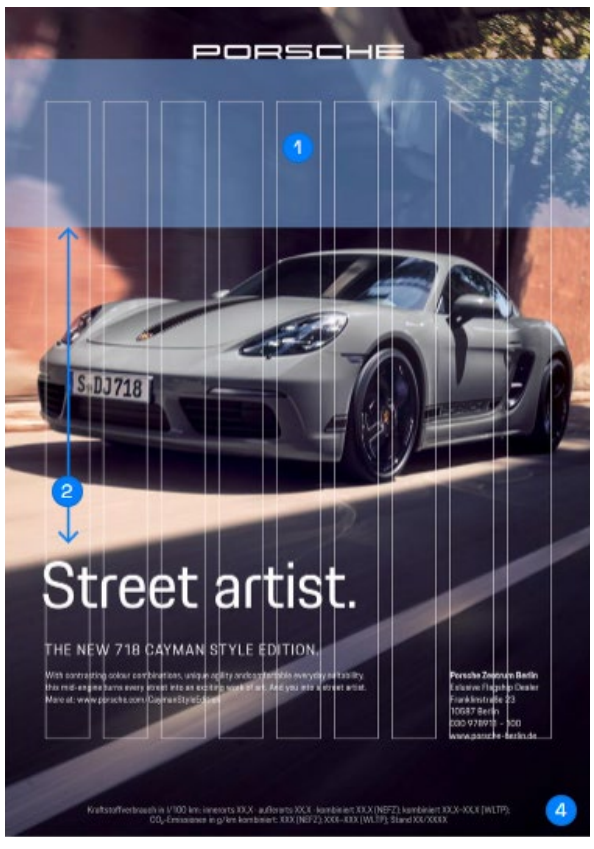


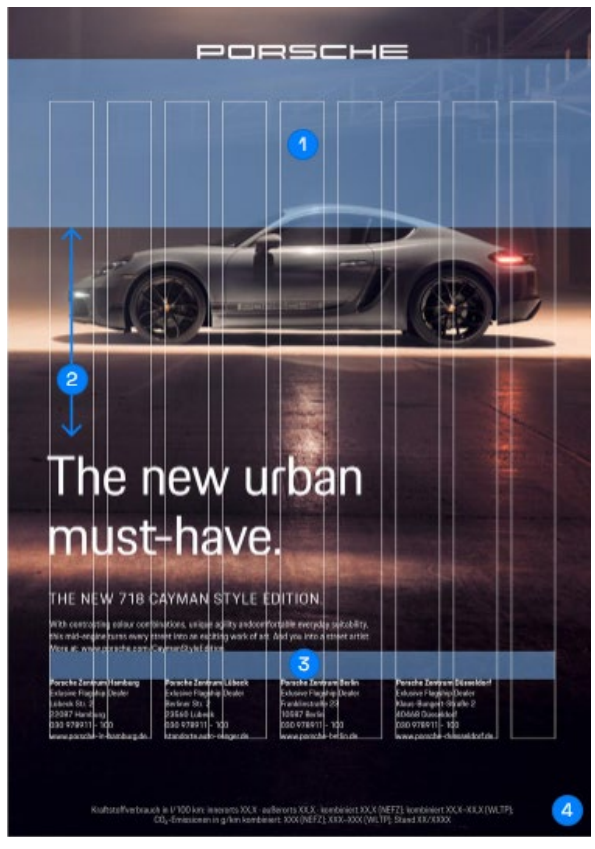
1. Distance wordmark to top format edge: 3 X
2. Upper margin: 7 X to format edge
3. Lower margin: 7 X to format edge
4. Left margin: 3 X to format edge
5. Right margin: 3 X to format edge

Elementos de texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.

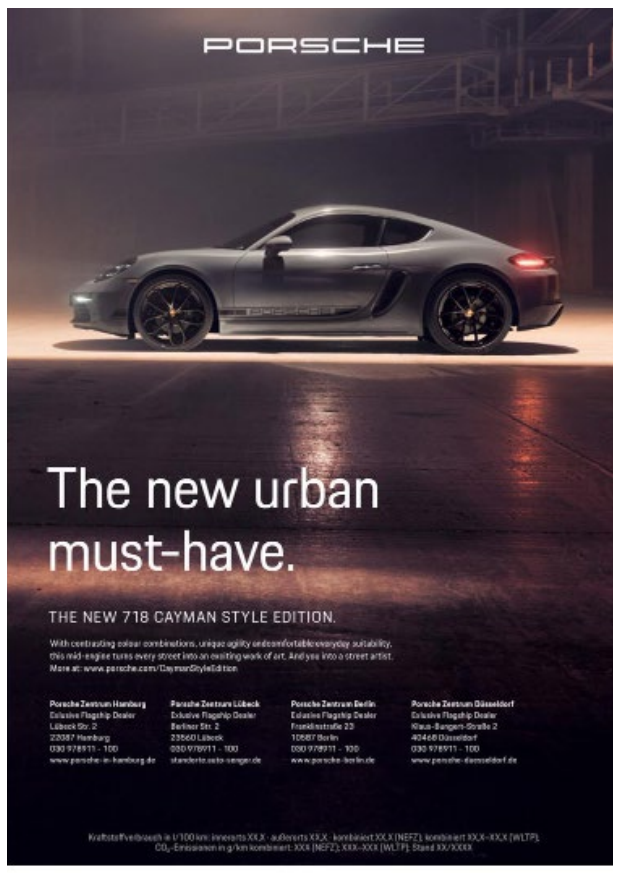




1. Minimum distance to wordmark: 12 X
2. Text position: flexible
3. Copy text margin with se dealers: 2 X
4. Distance consumption va to bottom edge: 1 X

Tamanhos de fonte

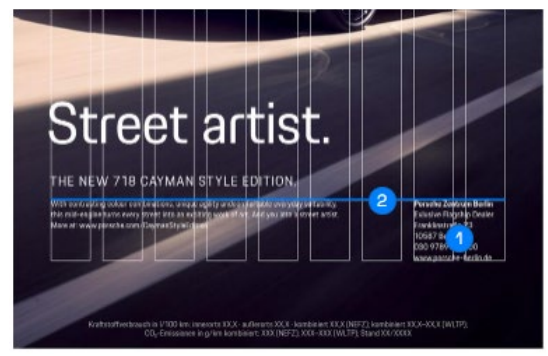
Headline 1 with one dealer

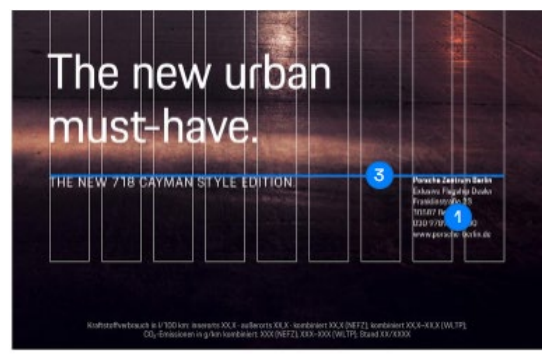


Headline 2 with several dealers

Único revendedor

Dividimos a área de texto em nove colunas com um espaçamento de 1 X. Alinhamos à esquerda o texto de informações do revendedor ao longo das duas colunas externas à direita. Também alinhamos as informações com a parte superior do texto. Se nenhum texto for usado, alinhamos as informações com o topo do subtítulo.





1. Dealer information: 2 columns.
2. Alignment with the upper axis of the copy text.
3. Alignment with the upper axis of the subline.

Vários revendedores

Dividimos o espaço de impressão em nove colunas com espaçamento de 1 X. Alinhamos à esquerda o texto das informações do revendedor em duas colunas cada. Não mais do que quatro revendedores podem aparecer em um único anúncio ao mesmo tempo.

Apresente o URL do revendedor com o subdomínio completo "www." se possível. Sempre defina URLs em uma linha, se possível. Se o nome ou URL do revendedor for maior que a largura da coluna especificada, posicione o bloco de endereço no final. Isso permitirá que o bloco de endereço fique no lado direito do espaço de impressão. No entanto, se você estiver colocando várias URLs mais longas, remova o "www.".

1. Dealer information: 2 columns per dealer

2. Dealer information with longer URL: positioned at the end

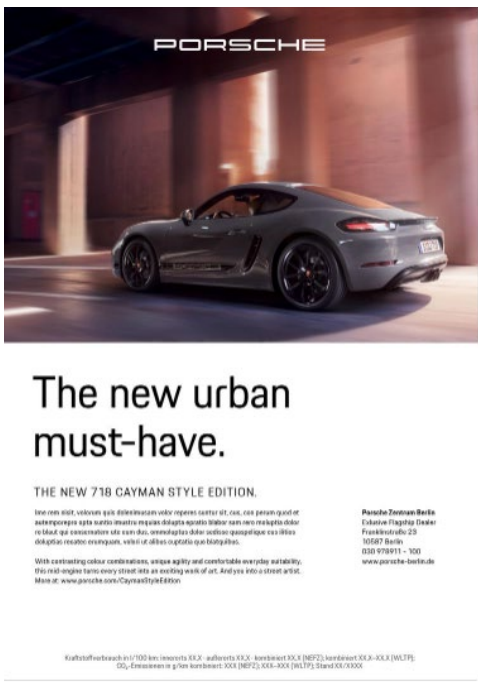
TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRELINHA	ESTILO DE TEXTO	ESPAÇA-MENTO	ORTOGRAFIA	DISTÂNCIA APÓS*	LINHAS**
TÍTULO 1	55 PT	110%	Regular	0	Misto	80%	2
TÍTULO 2	45 PT	110%	Regular	0	Misto	100%	2
TÍTULO 3	35 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	2
TÍTULO 4	25 PT	110%	Regular	0	Misto	130%	3
SUBTÍTULO 1	15 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	120%	1
SUBTÍTULO 2	12,5 PT	120%	Regular	50	Maiúscula	160%	2
TEXTO	9 PT	135%	Regular	10	Misto	---	5
TEXTO LEGAL	9 PT	110%	Regular	0	Misto	---	---

* Como uma porcentagem do tamanho da letra

** Quantidade máxima

Layouts divididos

Quando criamos anúncios com grande quantidade de texto, usamos um anúncio de layout dividido com imagem e espaço em branco. Utilizamos as proporções de layout 1:1 e 1:2.



Layout dividido com proporção de 1:1.

Layout dividido com proporção de 1:2.

Posicionamento de ofertas de leasing

A oferta de leasing é colocada nas duas colunas externas à direita, a uma distância de pelo menos 2 X das informações do revendedor. A cor deste elemento adicional deve ser monocromática. Por razões legais, as informações e os comprimentos das linhas podem variar dependendo do mercado e devem ser revistos de forma independente.

O texto legal tem o mesmo tamanho dos dados de consumo e é colocado na parte inferior.

The new urban must-have.
THE NEW 718 CAYMAN STYLE EDITION.
623,56€
1 Leasing offer: two columns
2 Stroke weight: 0.75 pt
3 Minimum distance to dealer information: 2 X
4 Minimum distance to legal text: 1 X
5 Legal text and dealer information aligned at the bottom of the type area

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRELINHA	ESTILO DE TEXTO	LINHAS**
NOME DO MODELO	10 PT	110%	Bold	1
PREÇO	20 PT	110%	Regular	1
MENSAL/PRAZO	9 PT	110%	Regular	1
INFORMAÇÕES ABAIXO DA LINHA	7 PT	110%	Regular	2
TEXTO LEGAL	9 PT	120%	Regular	--

** Quantidade máxima

Meia página

Quando criamos um anúncio com grande quantidade de texto usamos um layout dividido, nas proporções 1:1 e 1:2.

1 Wordmark height = 1 X
2 Image
3 Text elements
4 Dealer information
5 Consumption values

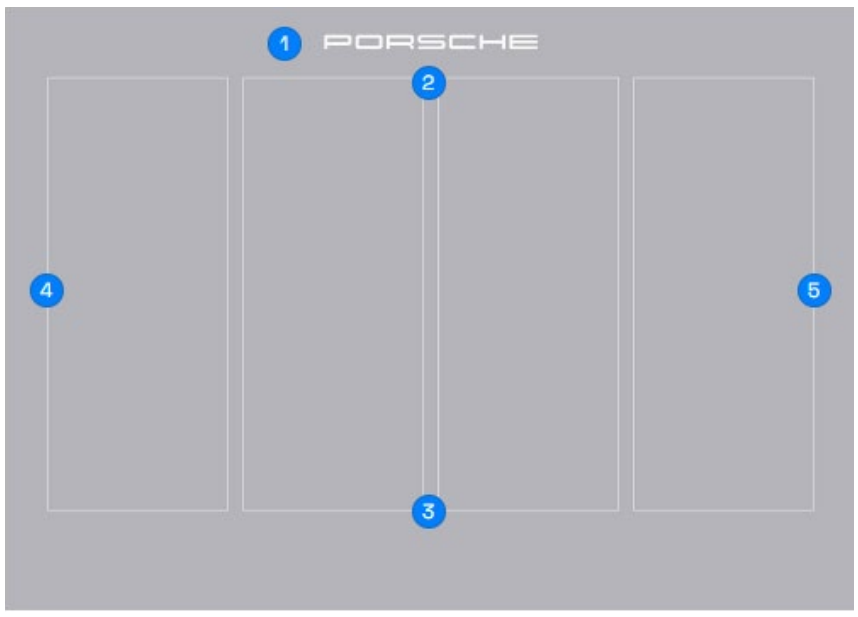
Valor de referência X

Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para anúncios de meia página em revistas, X=3,5 mm. Todas as especificações para anúncios de meia página em revistas são válidas para o formato DIN A4.

Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Posicionamento do logotipo

Em anúncios de concessionárias, coloque o logotipo sempre no topo.



1. Distance wordmark tc format edge: 2 X
2. Upper margin: 5 X to t format edge
3. Lower margin: 7 X to t format edge
4. Left margin: 3 X to the format edge
5. Right margin: 3 X to the format edge

Texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.

1. Minimum distance to wordmark: 10 X
2. Text position: flexible
3. Copy text margin with several dealers: 2 X
4. Distance consumption values to bottom edge: 1 X

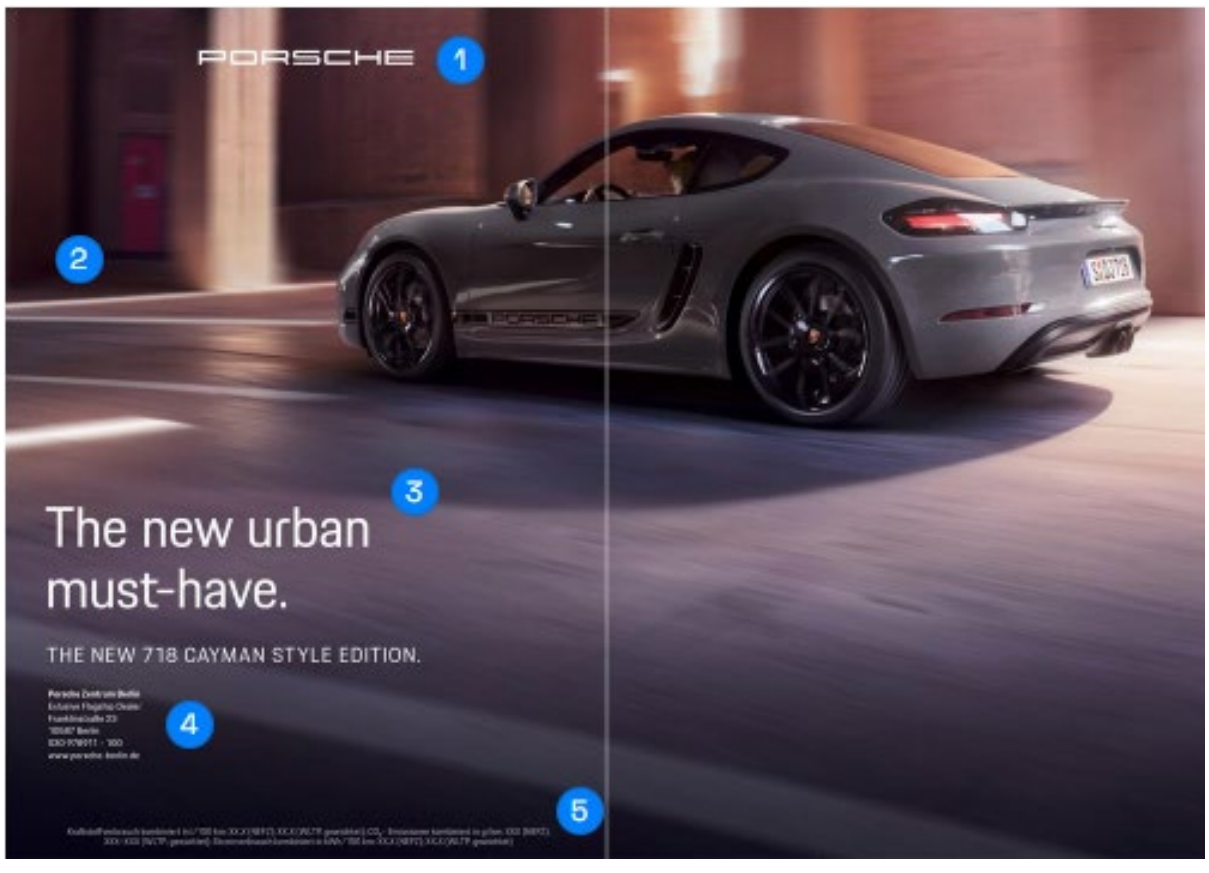
Posicionamento do revendedor

Dividimos a área de texto em 4 colunas com espaçamento de 1 X. Se você estiver colocando apenas um revendedor, alinhe o texto à esquerda ao longo da coluna externa direita e alinhe-o com o topo do texto. Se não houver texto, alinhe as informações com a parte superior do sublinhado.

Ao apresentar vários revendedores, alinhamos as informações à esquerda em uma única coluna em cada entidade. Colocamos no máximo quatro revendedores em um único anúncio ao mesmo tempo.

1. Dealer information: one column per dealer.
2. Alignment with the upper axis of the copy text.

Página dupla



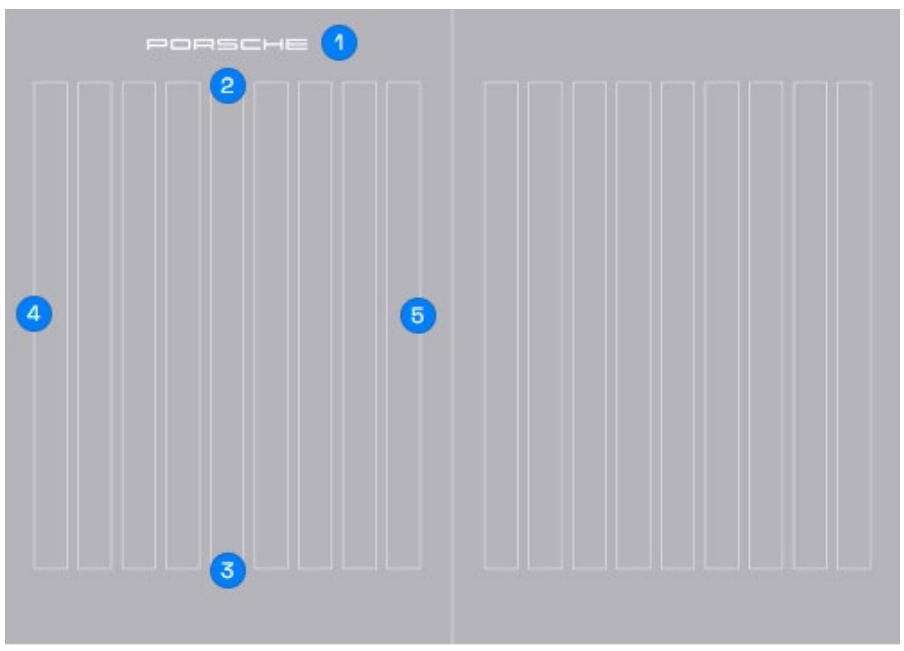
1. Wordmark height = 1 X
2. Image
3. Text elements
4. Dealer information
5. Consumption values

Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para o formato DIN A4, X=5 mm. Todas as especificações para anúncios de revista de página dupla são válidas para o formato DIN A4.

Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para outros formatos.

Posicionamento do logotipo

Nos anúncios de revendedores de página dupla, sempre colocamos o logotipo na página esquerda, no topo.

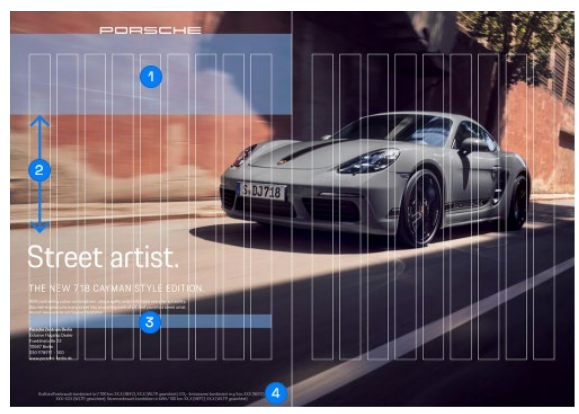


1 Distance wordmark to top format edge: 3 X
2 Upper margin: 7 X to format edge
3 Lower margin: 7 X to format edge
4 Left margin: 3 X to format ed
5 Right margin: 3 X to format edge

Texto e área de proteção

Colocamos o texto na área de tipografia com uma distância mínima definida até o logotipo. Alinhamos o texto à esquerda e o posicionamos com base na grade de composição.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.



1 Minimum distance to wordmark: 12 X
2 Text position: flexible
3 Distance of dealer information from the copy text: 2 X
4 Distance consumption values to bottom edge: 1 X

Posicionamento do revendedor

Dividimos a área de texto em nove colunas com espaçamento de 1 X. Alinhamos à esquerda as informações do revendedor em duas colunas para cada entidade.

Se houver mais de quatro concessionários, encurtamos as informações do concessionário para um máximo de três linhas: nome do concessionário, número de telefone e website. As informações estão organizadas em dois blocos, um abaixo do outro. Para cinco a sete revendedores, o revendedor pendente está sempre no topo. Para seis revendedores, alinhamos os detalhes entre si. Não mais do que oito revendedores podem ser posicionados ao mesmo tempo.

Se um revendedor tiver um nome muito longo, permitimos que ele fique pendurado no lado direito da área de digitação. Isso reduz o número de revendedores que podemos incluir.

1 Dealer information: left-aligned in the print space
2 Dealer information: two columns per dealer: six lines
3 Margin between text elements and dealer information: 2 X

1 Dealer information in the case of more than four dealers: three lines
2 Distance between the two blocks of dealer information: 1 X

1 Dealer information in the case of more than four dealers: three lines
2 Distance between the two blocks of dealer information: 1 X
3 Exception in the case of a dealer with a very long name: five lines

CATÁLOGOS

Formato padrão

A capa poderá ser dura ou mole. Os tamanhos de formato das páginas internas variam dependendo do tipo de capa.

- Capa: 245 x 170 mm
- Páginas internas: 240 x 165 mm (capa dura)
- Páginas internas: 245 x 170 mm (capa mole)

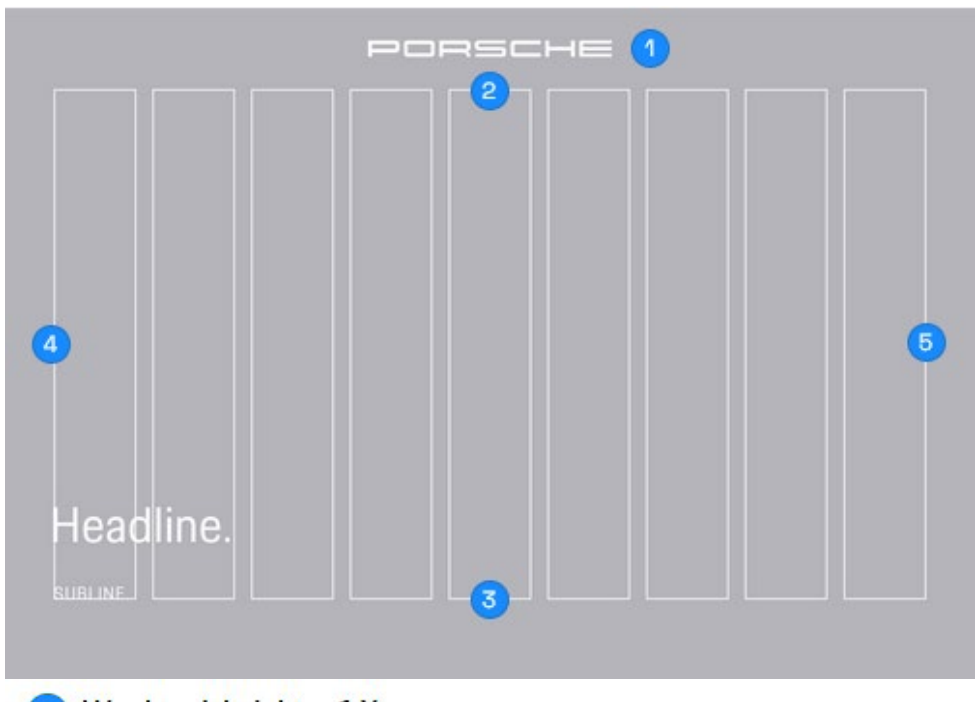
Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X com base no formato. Ele é derivado da altura do logotipo.

Em catálogos de formato padrão, X = 4,1 mm. Consulte a seção Sistema de Layout para informações detalhadas.

Folha de rosto

1 Wordmark height = 1 X
2 Image
3 Text elements

Posicionamento do logotipo



1 Wordmark height = 1 X
2 Image
3 Text elements

Observamos as seguintes regras ao projetar elementos de texto de catálogo:

- Adicione um título simples ou duplo com um subtítulo.
- Sempre alinhe o texto à esquerda e coloque-o no canto inferior esquerdo da área de texto.
- A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta.
- Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.
- A cor do texto e logotipo devem ser iguais.

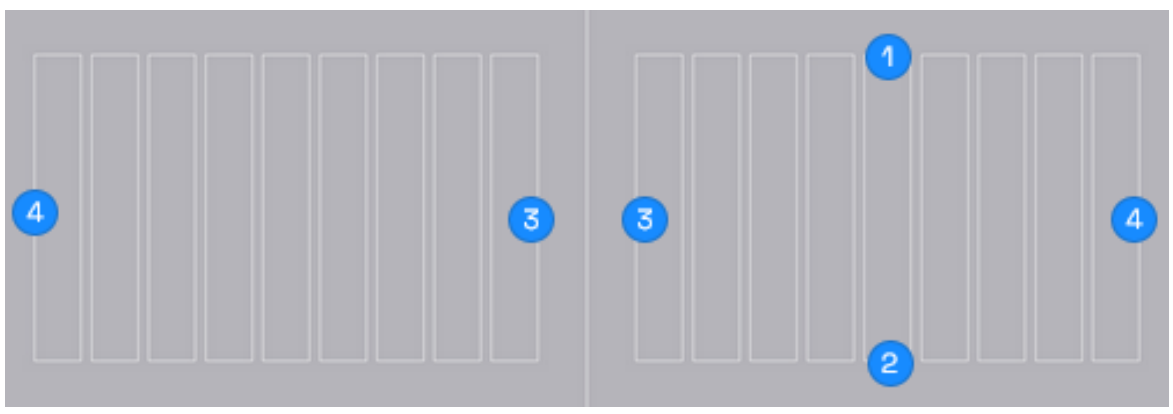
Tamanhos de fonte

Página de introdução

1. Full-bleed image
2. Text elements

Várias fotos

Como opção alternativa, utilizamos duas imagens para criar layouts de introdução dinâmicos e interessantes.

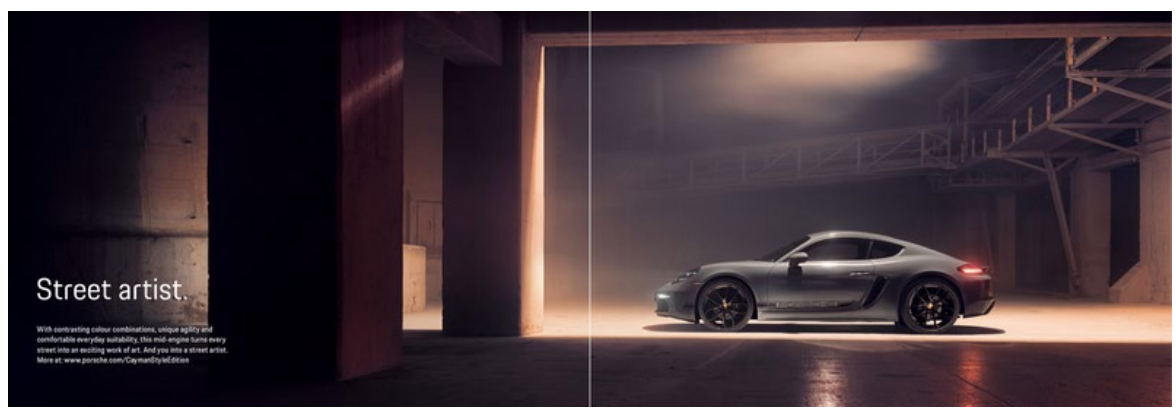


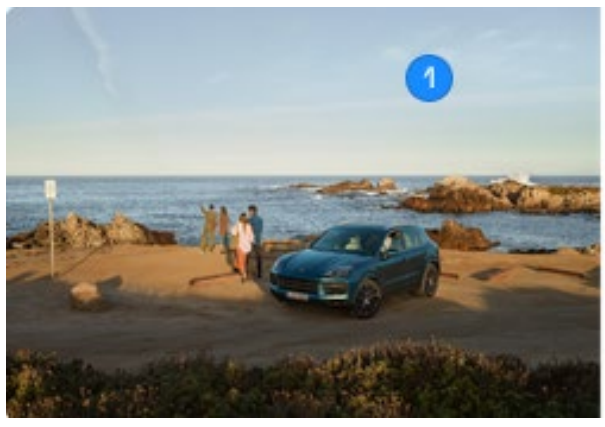
Área de texto

1. Upper margin: 5 X to format edge
2. Lower margin: 5 X to format edge
3. Inner margin: 5 X to format edge
4. Outer margin: 3 X to format edge

Elementos de texto

- Alinhamos os elementos à esquerda na área de texto.
- Além do título, um texto curto pode ser colocado.
- A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.



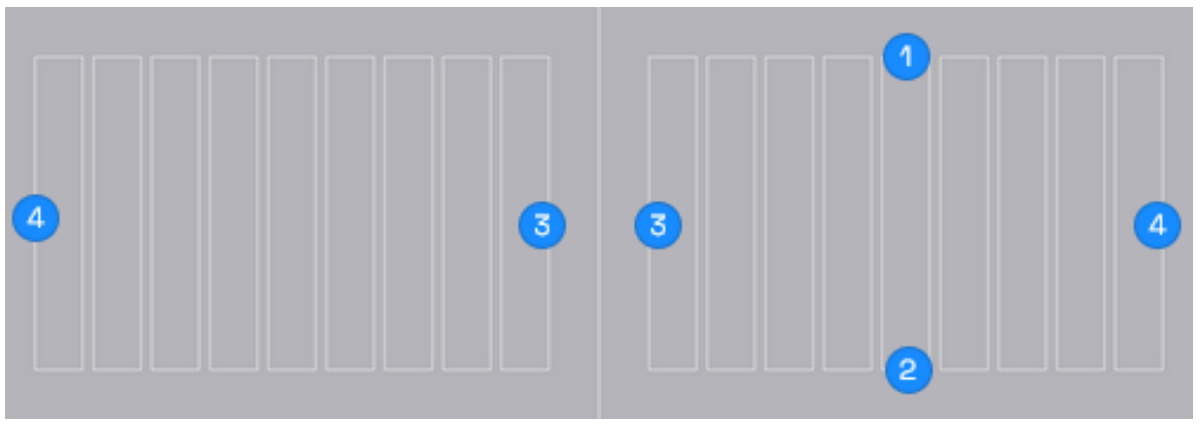


Páginas internas

1. Image
2. Headline and subline
3. Copy text

Área de texto

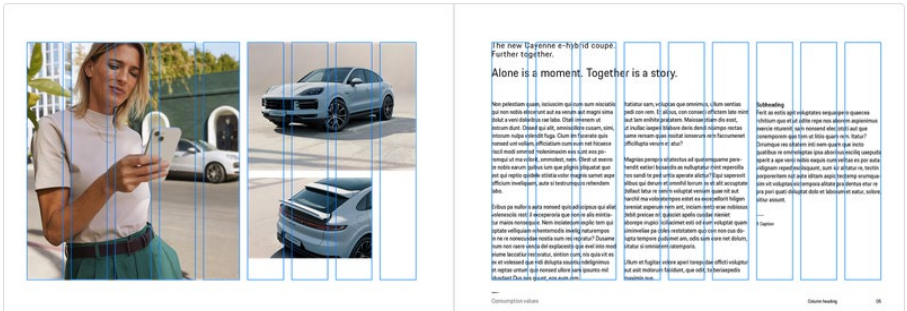
1. Upper margin: 5 X to format edge
2. Lower margin: 5 X to format edge
3. Inner margin: 5 X to format edge
4. Outer margin: 3 X to format edge



Posicionamento de imagens

Imagem de página inteira.

Imagem colocada no centro.



Diferentes imagens colocadas alinhadas ao grid.
Margem da imagem: 1X

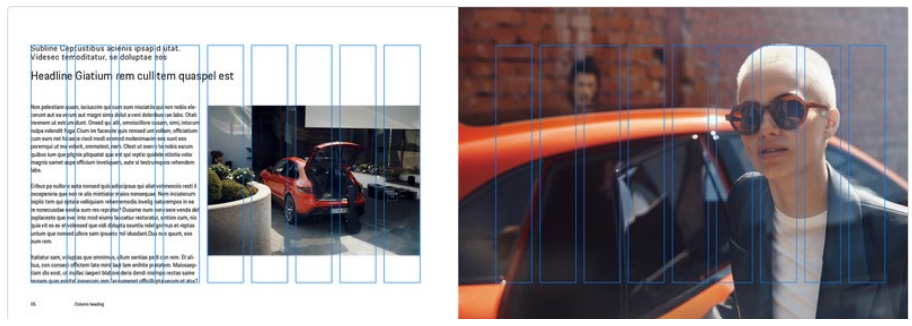
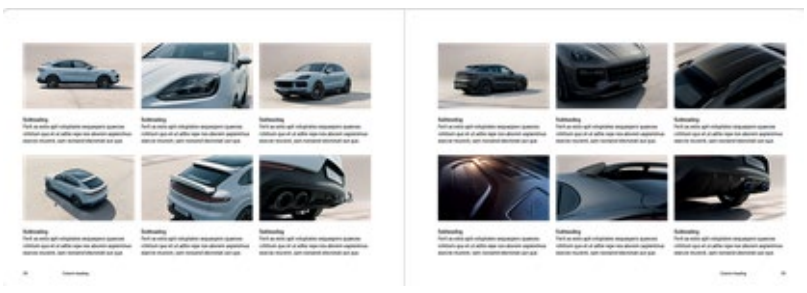


Imagem colocada adicionalmente ao texto, alinhada ao grid.

Cabeçalho

O cabeçalho divide o posicionamento dos elementos nas páginas internas, bem como imagens e textos combinados. A altura é sempre 13 X.



Nas páginas de continuação ou combinação de imagens e texto, o conteúdo pode ser colocado em qualquer lugar dentro da área textual. O cabeçalho pode ser ignorado.

Elementos de texto

Alinhe os títulos e subtítulos à esquerda e coloque-os no topo da área de texto. Coloque o título acima ou abaixo dos subtítulos.

O texto normalmente está alinhado com o cabeçalho. O texto adicional (por exemplo, valores de consumo, legendas) é separado por uma pequena linha horizontal (espessura: 0,5 pt; comprimento: 1 X). A cor da fonte é preta.

Coloque os valores de consumo, títulos de colunas e números de páginas a uma distância de 2 X da borda inferior.

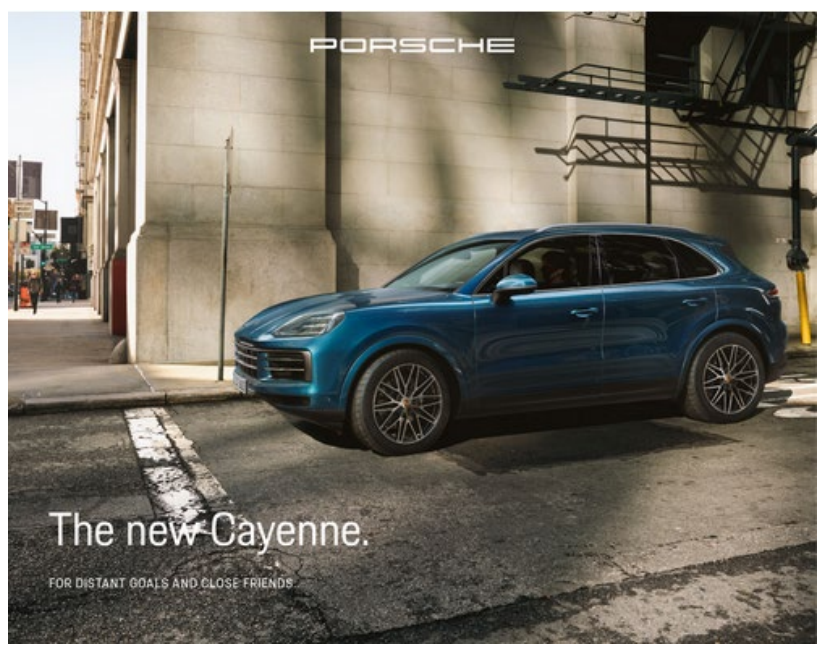
Formato especial

A capa pode ser firme (capa dura) ou flexível (capa mole). Os tamanhos de formato das páginas internas variam dependendo do tipo de capa.

- Capa: 280 x 220 mm
- Páginas internas: 275 x 215 mm (capa dura)
- Páginas internas: 280 x 220 mm (capa mole)

Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X com base no formato. Ele é derivado da altura do logotipo.

Em catálogos de formato especial, X = 4,7 mm. Consulte a seção Sistema de Layout para informações detalhadas.



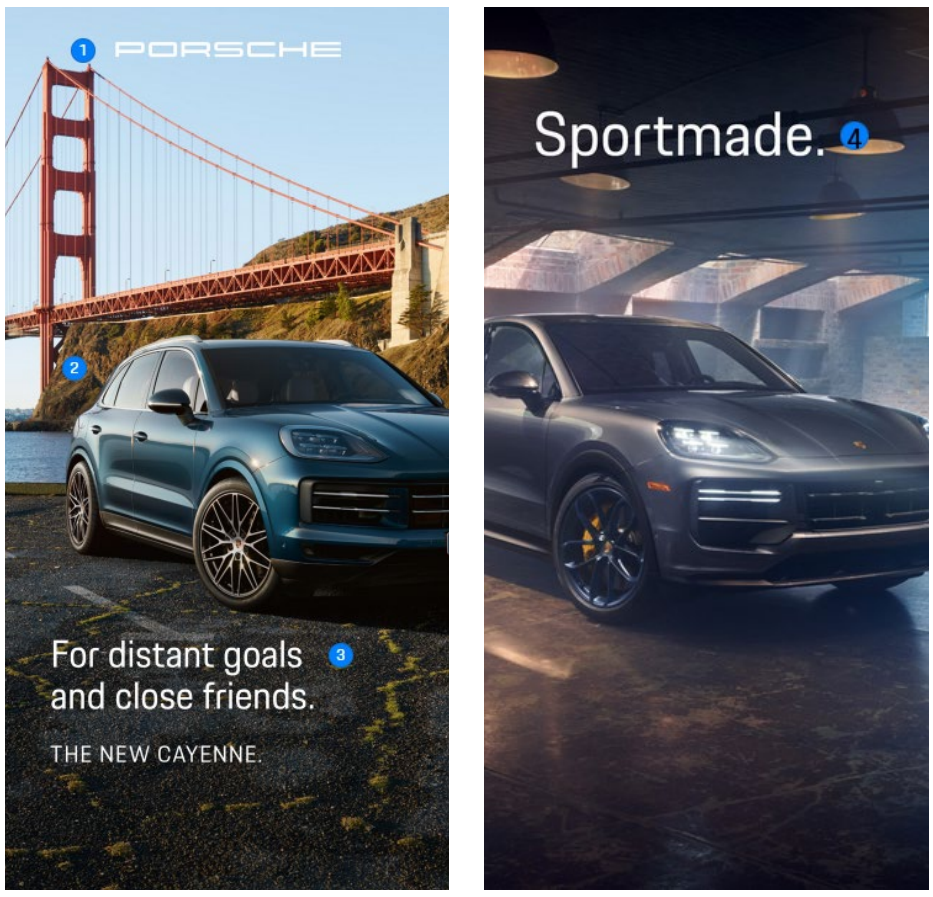
FOLHETOS

Formatos de página

Os folhetos são criados no formato 105 x 210 mm.

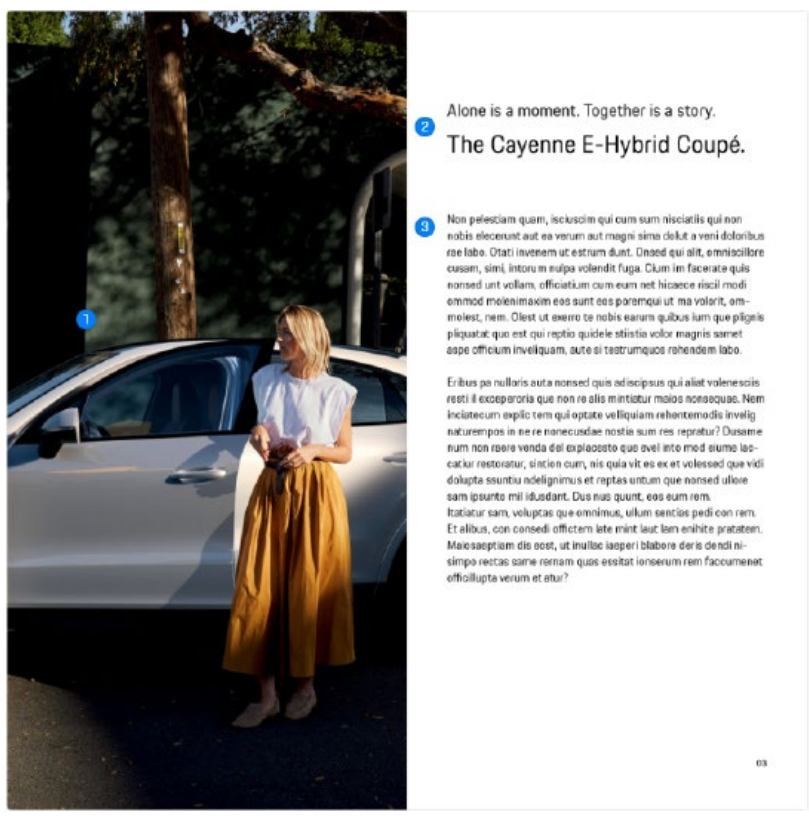
Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo. Para folhetos, X=3,5 mm. Consulte a seção Sistema de Layout para obter mais informações sobre como calcular o valor de referência X para seu respectivo formato.

Capa



1 Wordmark height = 1 X
2 Image
3 Headline with subline
4 Headline

Páginas internas



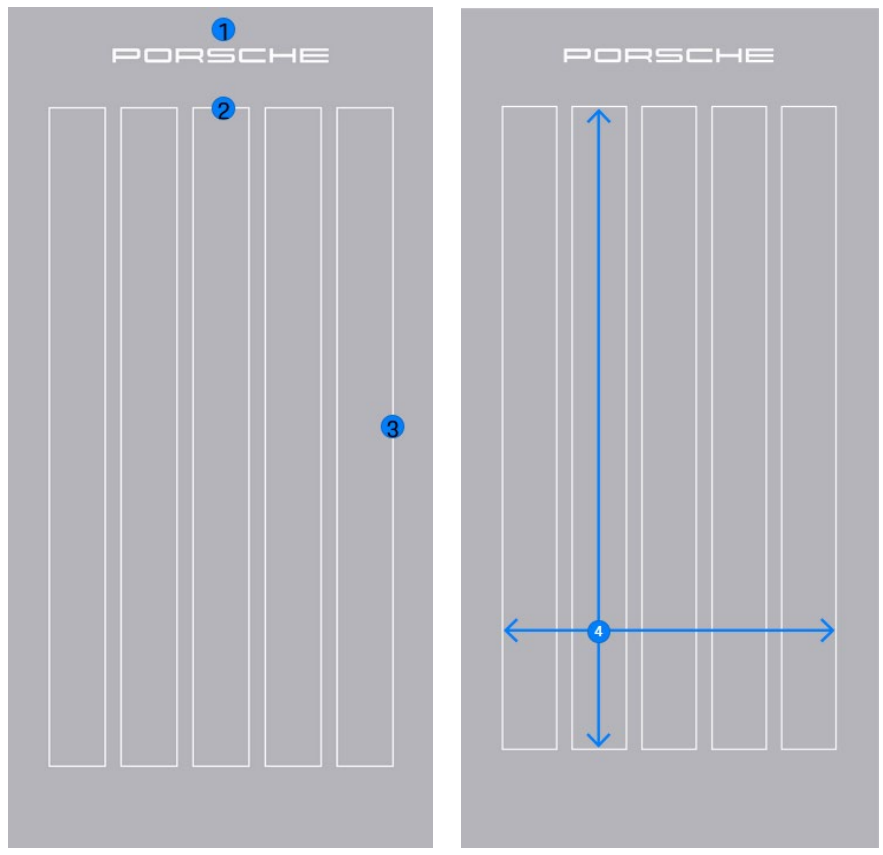
1 Image
2 Headline and sublines
3 Body copy

Folha de rosto

Posicionamento do logotipo e textos

Ao criar folhetos, colocamos apenas a marca no topo. A largura do logotipo é metade da largura do formato para garantir a legibilidade.

A cor da fonte é branca. Caso não haja legibilidade, usamos a cor preta. Nunca combine as cores preto e branco nas fontes.



1 Distance wordmark to top format edge: 3 X
2 Upper margin: 7 X to format edge
3 Right margin: 3 X to the format edge
4 Text position: flexible

Posicionamento de imagem

O grid define o posicionamento de múltiplas imagens e é baseado na área do texto. Embora o espaçamento entre colunas seja 1 X, a distância entre duas imagens é sempre 0,5 X. Esta margem se aplica à versão horizontal entre duas imagens.

Se uma imagem for colocada acima ou abaixo de um elemento de texto, a distância será 3 X.

1
2
3
Subheading
Non pelestiam quam, isciuscim qui cum sum nisciatiis qui non nobis elecerunt aut ea verum aut magni sima dolut a veni doloribus rae labo. Otati invenem ut estrum dunt. Onsed qui alit, omniscillore cusam, simi, intorum nulpa volendit fuga. Cium im facerate quis nonsed unt vollam, officiatium cum eum net hicaece riscil modi ommod molenimaxim eos sunt eos poremqui ut ma volorit, om-molest, nem. Olest ut exerro te nobis earum quibus ium que plignis pliquatat quo est qui reptio quidele stiistia volor magnis samet aspe officium inveliquam, aute si testrumquos rehendem labo.
03

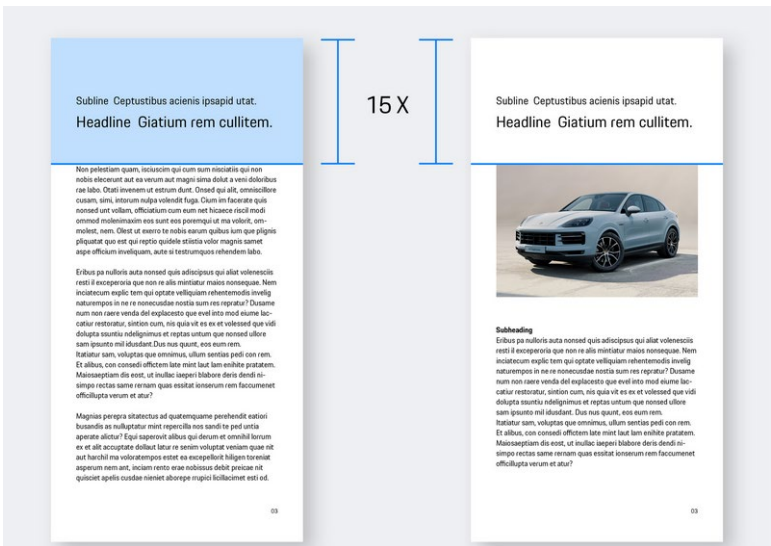
1 Full size image

2 Image grid: 0.5 X

3 Distance image to text: 3 X

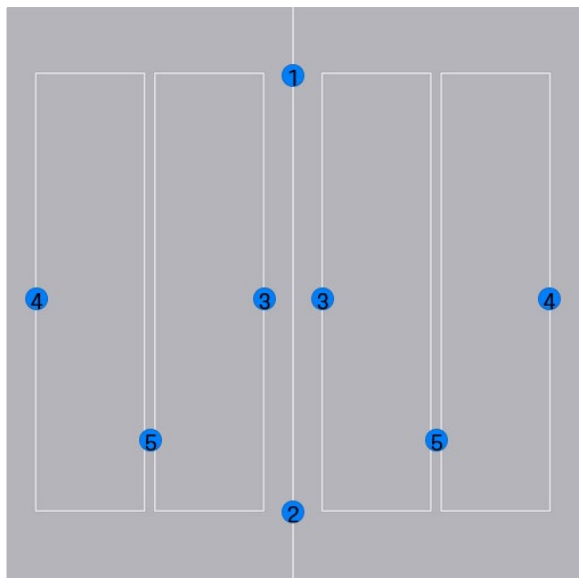
Cabeçalho

O cabeçalho divide o posicionamento dos elementos de texto nas páginas internas e também das imagens em combinação com os textos. A altura é sempre 15 X. Nas páginas de continuação ou combinação de imagens e texto, o conteúdo pode ser colocado em qualquer lugar dentro da área textual. O cabeçalho pode ser ignorado.



Área e grid de texto

A área de texto é dividida em duas colunas com espaçamento de 1 X. Isso cria um formato de uma e/ou duas colunas. Para colocar texto, recomendamos usar o formato de uma coluna.



1 Upper margin: 7 X to edge of format

2 Lower margin: 7 X to edge of format

3 Inner margin: 3 X to edge of format

4 Outer margin: 3 X to edge of format

5 The type area is divided into 2 columns with a column spacing of 1 X.

Elementos de texto

Alinhe os títulos e subtítulos à esquerda e coloque-os no topo da área de texto. Colocamos o título acima ou abaixo de um subtítulo.
O texto adicional (por exemplo, valores de consumo, legendas) é separado do corpo por uma pequena linha horizontal (espessura: 0,5 pt; comprimento: 1 X). Use preto como cor da letra.

Colocamos uma distância de 3 X entre a borda inferior do formato e os valores de consumo, títulos de colunas e números de páginas.

1 Headline/subline

2 Body text

3 Subheading: Bold

4 Caption

5 Consumption values

6 Column heading

7 Page number

FICHAS TÉCNICAS

Existem diferentes opções para criar uma ficha técnica:

- com ou sem imagem;
- com um preço especial adicional;
- ou com uma lista especial de equipamentos do veículo.

É importante garantir que o preço marcado seja sempre o preço total.

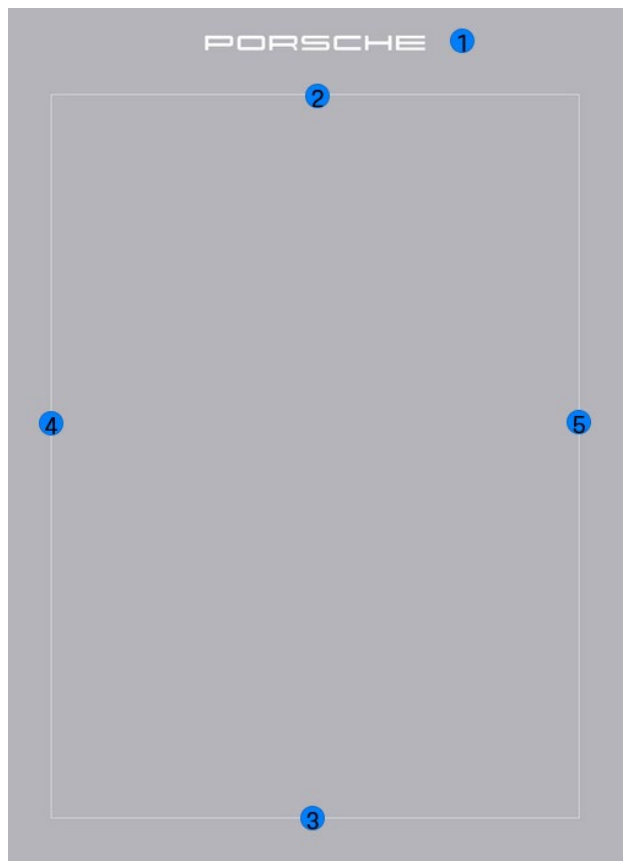
Formato

O formato da etiqueta de preço é 210 x 297mm (DIN A4).

Valor de referência X
Calculamos o valor de referência X relativo ao tamanho do formato. Ele é baseado na altura do logotipo.

Área de texto e posicionamento do logotipo

Nas fichas técnicas, o logotipo é sempre colocado no topo.



1. Distance wordmark to top format edge: 3 X
2. Upper margin: 7 X to format edge
3. Lower margin: 3 X to format edge
4. Left margin: 3 X to format edge
5. Right margin: 3 X to format edge

Geralmente, utilizamos imagens com sangria total da parte superior do formato. A altura da imagem deve ser idealmente metade da altura do formato, mas pode ser ajustada de acordo com o comprimento do texto.

Alinhamos os elementos de texto à esquerda na área de texto e os posicionamos sob a imagem a uma distância de 3 X. Se nenhuma imagem for mostrada, o texto começa diretamente no topo da área de texto com uma distância até o logotipo de 3 X.

As notas de rodapé são posicionadas na borda inferior da grade de composição. As listas podem ser divididas em duas colunas para economizar espaço. O espaçamento entre colunas é 2 X.

Elementos visuais e de texto

1 Distance: 3 X

2 Distance: 2 X

Tamanhos de fonte

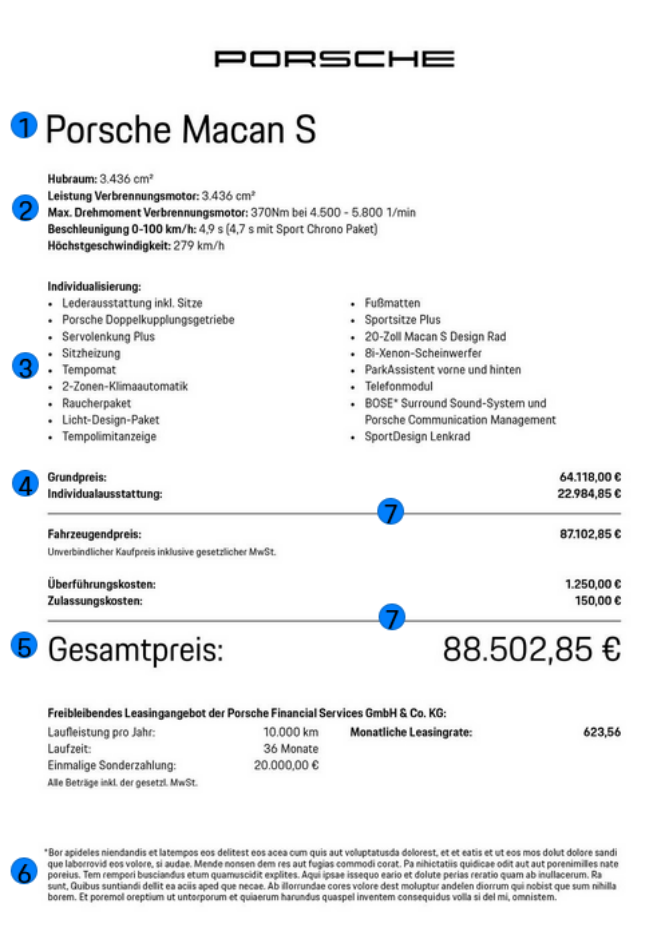
PORSCHE
1
Sommerkomplettradsatz
20" Carrera S
2
für 718 Boxster / 718 Cayman (982)
3
Pirelli NO
982 044 602 06
Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers (UVP)*
4
7
Sonderpreis 10%
4
7
5
6.527,00 €
5.874,30 €
6
*Bor apideles niendandis et latempos eos delitest eos acea cum quis aut voluptatusda dolorest, et et eatis et ut eos mos dolut dolore sandi que laborrovid eos volore, si audae. Mende nonsen dem res aut fugias commodi corat. Pa nihictatiis quidicae odit aut aut porenimilles nate poreius. Tem rempori busciandus etum quamuscidit explites. Aqui ipsae issequo earlo et dolute perias reratio quam ab inullacerum. Ra sunt, Quibus suntiandi dellit ea aciis aped que necae. Ab illorrundae cores volore dest moluptur andelen diorrum qui nobist que sum nihilla borem. Et poremol oreptium ut untorporum et quiaerum harundus quaspel inventem consequidus volla si del mi, omnistem.

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA*	ESTILO	ENTRE LETRAS	LINHAS**
TÍTULO	35 PT	110%	Regular	0	2
SUBTÍTULO	14 PT	120%	Bold	0	1
TEXTO/ NÚMEROS	11 PT	135%	Regular	10	-
PREÇO DE VAREJO RECOMENDADO	9 PT	-	Regular	10	1
PREÇO	30 PT	-	Regular	0	1
NOTA DE RODAPÉ	9 PT	110%	Regular	10	-

* Como uma porcentagem do tamanho da letra

** Quantidade máxima

1. Headline
2. Subline
3. Copy text/numbers
4. Recommended retail price
5. Price
6. Footnote
7. Line width: 0.75 pt


PORSCHE
1
Porsche Macan S
2
Hubraum: 3.436 cm³
Leistung Verbrennungsmotor: 3.436 cm³
Max. Drehmoment Verbrennungsmotor: 370Nm bei 4.500 - 5.800 1/min
Beschleunigung 0-100 km/h: 4,9 s (4,7 s mit Sport Chrono Paket)
Höchstgeschwindigkeit: 279 km/h
3
Individualisierung:
• Lederausstattung inkl. Sitze
• Porsche Doppelkupplungsgetriebe
• Servolenkung Plus
• Sitzheizung
• Tempomat
• 2-Zonen-Klimaautomatik
• Raucherpaket
• Licht-Design-Paket
• Tempolimitanzeige
• Fußmatten
• Sportsitze Plus
• 20-Zoll Macan S Design Rad
• 8i-Xenon-Scheinwerfer
• ParkAssistent vorne und hinten
• Telefonmodul
• BOSE* Surround Sound-System und Porsche Communication Management
• SportDesign Lenkrad
4
Grundpreis: 64.118,00 €
Individualausstattung: 22.984,85 €
7
Fahrzeugendpreis: 87.102,85 €
Unverbindlicher Kaufpreis inklusive gesetzlicher MwSt.
Überführungskosten: 1.250,00 €
Zulassungskosten: 150,00 €
7
5
Gesamtpreis: 88.502,85 €
Freibleibendes Leasingangebot der Porsche Financial Services GmbH & Co. KG:
Laufleistung pro Jahr: 10.000 km
Laufzeit: 36 Monate
Einmalige Sonderzahlung: 20.000,00 €
Monatliche Leasingrate: 623,56
Alle Beträge inkl. der gesetzl. MwSt.
6
*Bor apideles niendandis et latempos eos delitest eos acea cum quis aut voluptatusda dolorest, et et eatis et ut eos mos dolut dolore sandi que laborrovid eos volore, si audae. Mende nonsen dem res aut fugias commodi corat. Pa nihictatiis quidicae odit aut aut porenimilles nate poreius. Tem rempori busciandus etum quamuscidit explites. Aqui ipsae issequo earlo et dolute perias reratio quam ab inullacerum. Ra sunt, Quibus suntiandi dellit ea aciis aped que necae. Ab illorrundae cores volore dest moluptur andelen diorrum qui nobist que sum nihilla borem. Et poremol oreptium ut untorporum et quiaerum harundus quaspel inventem consequidus volla si del mi, omnistem.

TIPO DE TEXTO	TAMANHO	ENTRE-LINHA*	ESTILO	ENTRE LETRAS	LINHAS**
TÍTULO	35 PT	110%	Regular	0	2
DETALHES DO MODELO	11 PT	135%	Bold/Regular	10	-
LISTAS	11 PT	135%	Regular	10	-
DETALHES DO PREÇO	11 PT	135%	Bold	10	1
PREÇO	30 PT	-	Regular	0	1
NOTA DE RODAPÉ	9 PT	110%	Regular	10	-

* Como uma porcentagem do tamanho da letra

** Quantidade máxima

Em uma lista, todos os preços estão alinhados à direita.

1. Headline
2. Model details
3. Lists
4. Price details
5. Total price
6. Footnote
7. Line width: 0.75 pt

PORSCHE

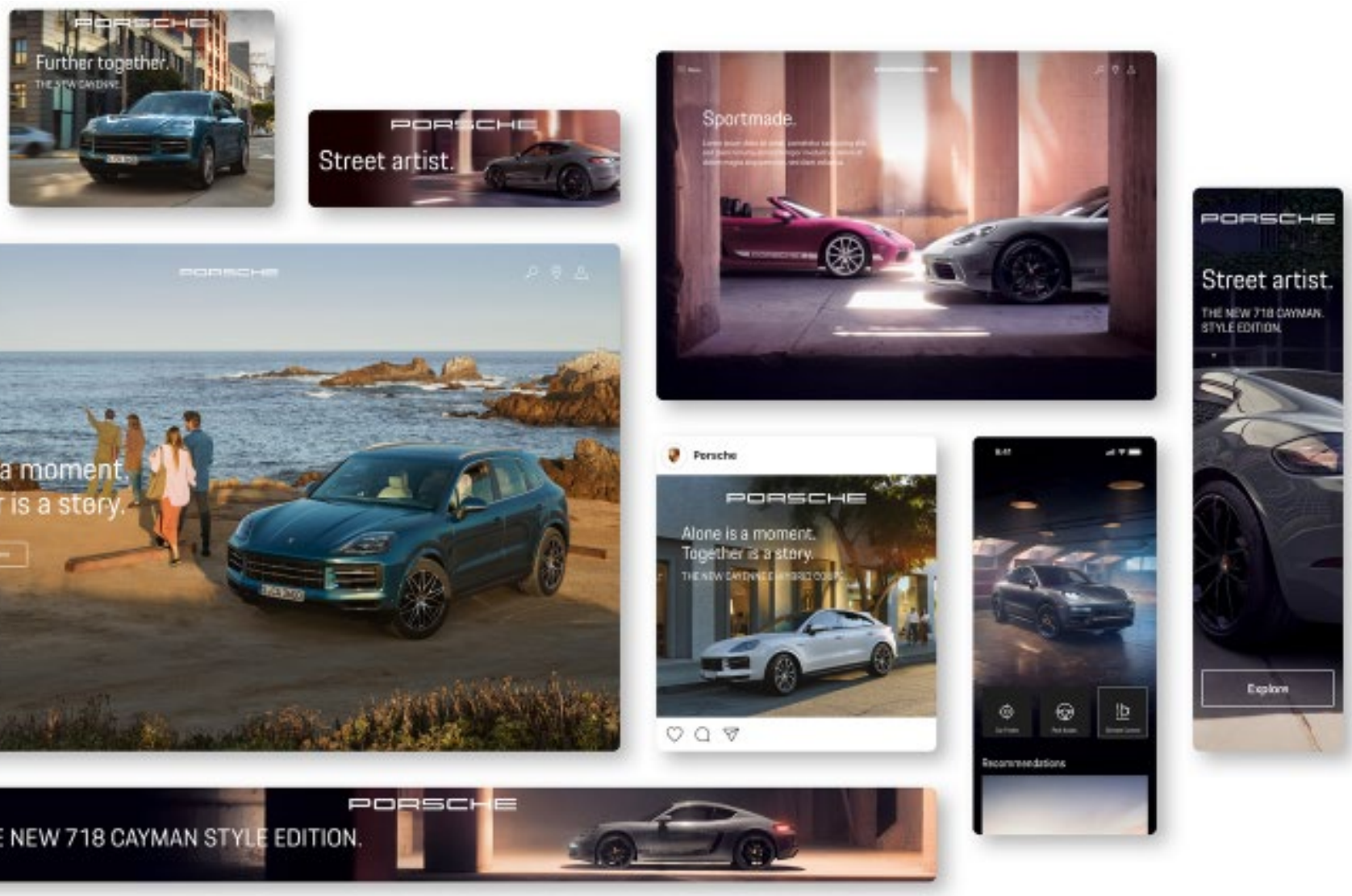
03

MÍDIA DIGITAL

INTRODUÇÃO

Mídia digital

A tecnologia continua se desenvolvendo em um ritmo acelerado. Nos últimos anos, o alcance da mídia digital se expandiu consideravelmente. Como resultado, o desenvolvimento e a concepção de aplicações digitais tornaram-se extremamente complexos. O design digital da nossa marca fornece as regras e ferramentas necessárias para criar uma experiência perfeita para o cliente. Cobrimos todos os pontos de contato e canais digitais – para uma aparência de marca unificada, consistente e de alta qualidade.



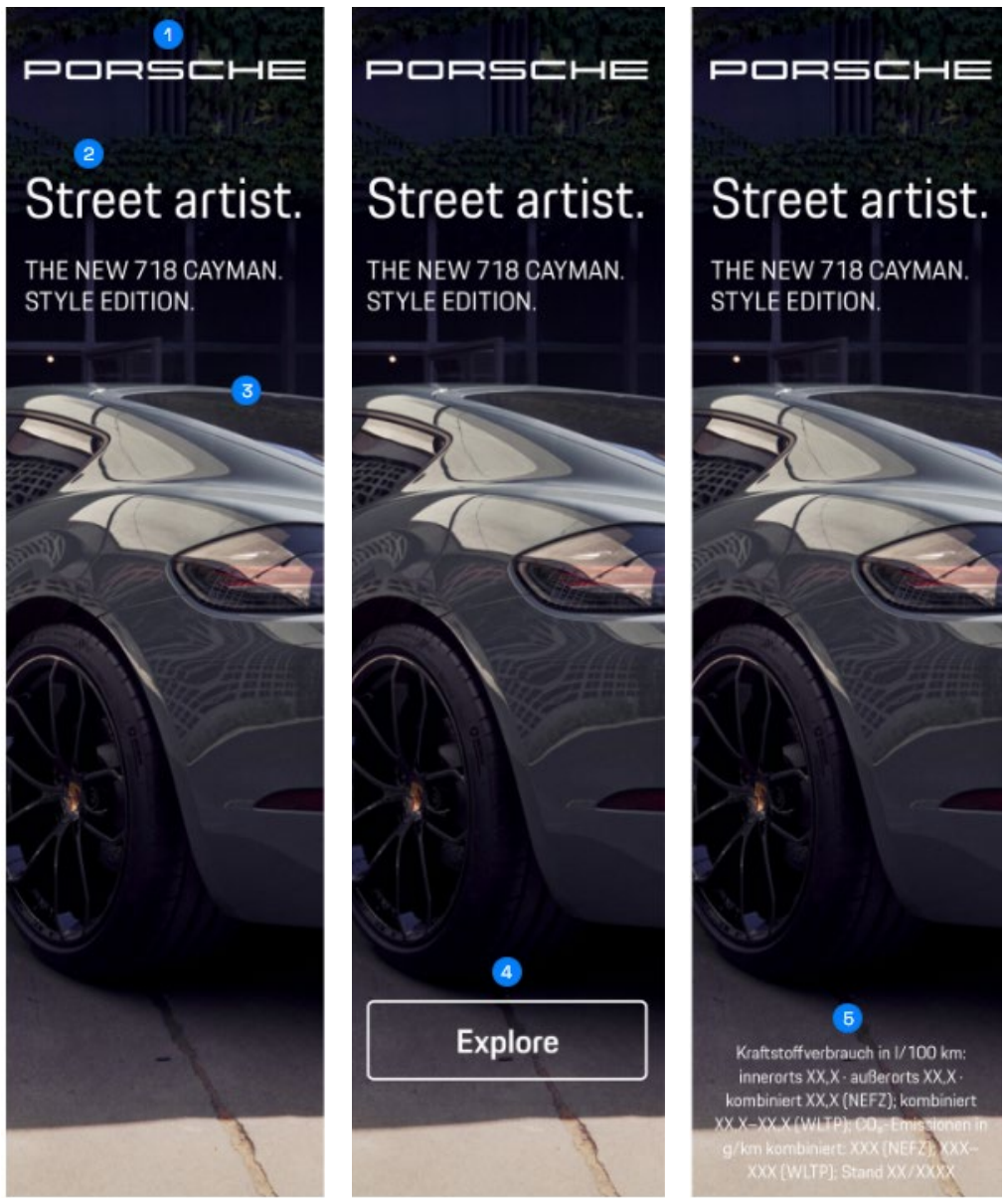
Informações gerais

Devido à grande variedade de formatos e tamanhos, dividimos os banners online em três categorias: estreitos, compactos e largos. Cada categoria corresponde a uma largura de formato específica. Os formatos estreitos incluem tamanhos inferiores a 200px; formatos compactos, entre 200px e 468px; e formatos amplos, entre 468px e 1080px.

Sempre colocamos a marca no topo dos banners.

1 Narrow = <200px 2 Compact = 200px - 468px 3 Wide = 468px - 1080px

Formatos Estreitos

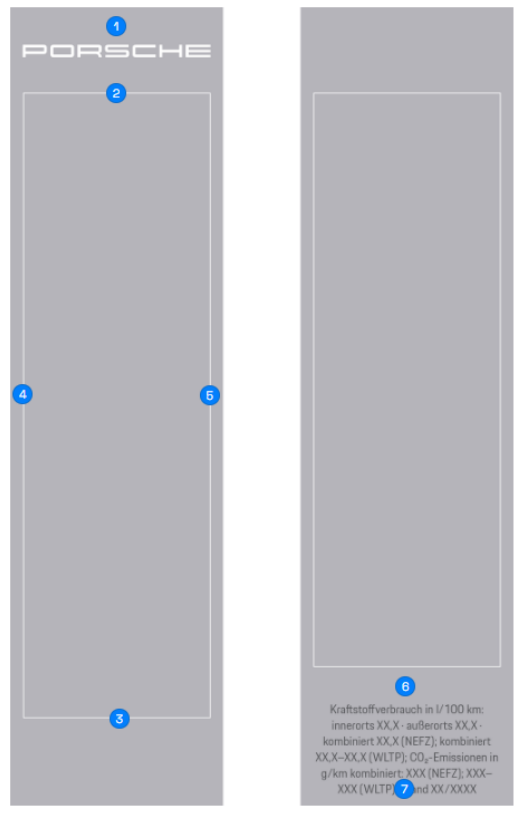

PORSCHE
Street artist.
THE NEW 718 CAYMAN.
STYLE EDITION.
Explore
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X · außerorts XX,X · kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP); CO2-Emissionen in g/km kombiniert: XXX (NEFZ); XXX–XXX (WLTP); Stand XX/XXXX

1 Wordmark height = 1 X
2 Text elements
3 Image
4 Call-to-action
5 Consumption values

Área de texto e posicionamento do logotipo

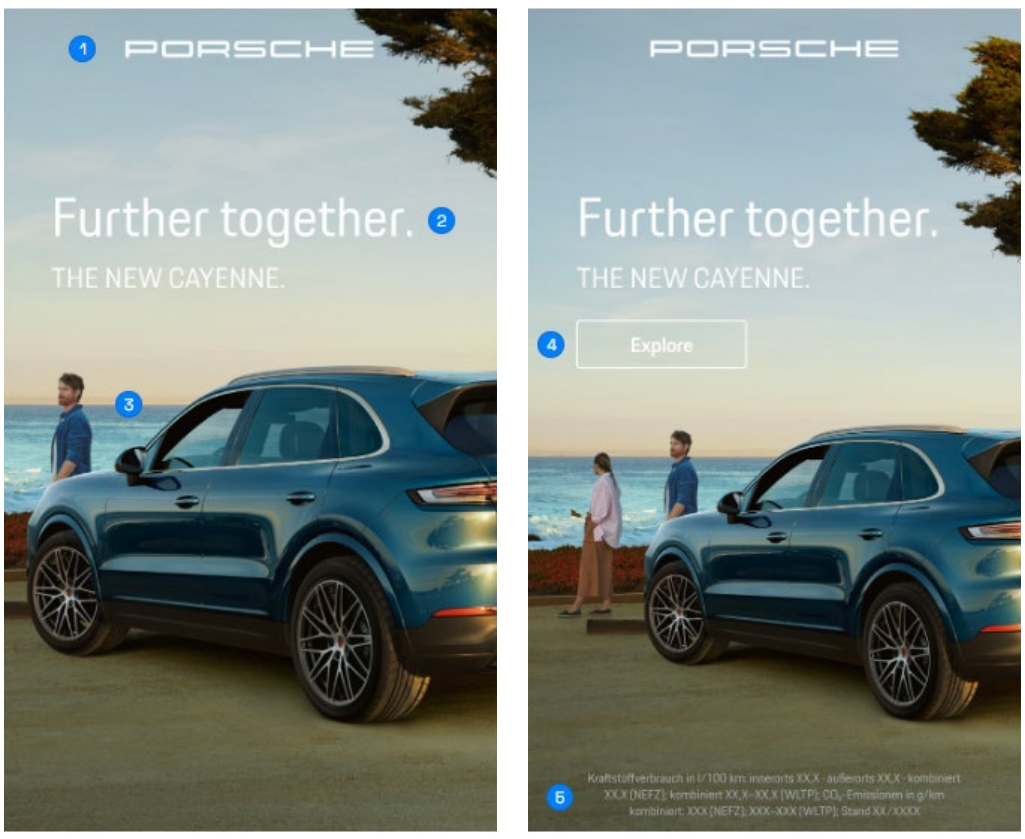
Para formatos estreitos, coloque apenas a marca no topo.

Se forem mostrados valores de consumo, a distância entre a área de texto e os valores de consumo é 3 X. A distância até a borda inferior do formato é 1 X.


PORSCHE
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X · außerorts XX,X · kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP); CO2-Emissionen in g/km kombiniert: XXX (NEFZ); XXX–XXX (WLTP); Stand XX/XXXX

1 Distance wordmark to top format edge: 3 X
2 Upper margin: 7 X to format edge
3 Lower margin: 7 X to format edge
4 Left margin: 1 X to format edge
5 Right margin: 1 X to format edge
6 Distance type area to consumption values: 3 X
7 Distance consumption values to bottom format edge: 1 X

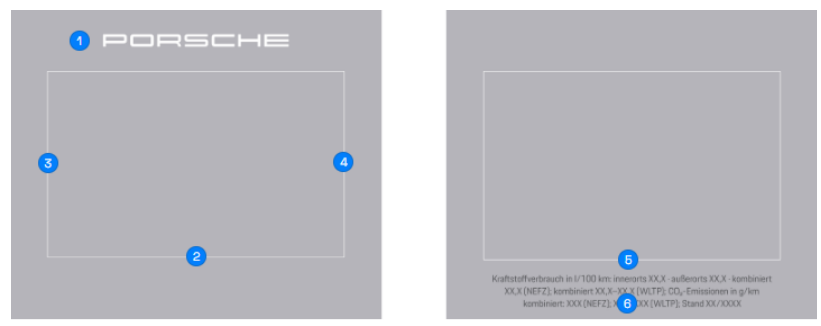
Formatos Compactos


PORSCHE
Further together.
THE NEW CAYENNE.
Explore
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X - außerorts XX,X - kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP); CO2-Emissionen in g/km kombiniert: XXX (NEFZ); XXX–XXX (WLTP); Stand XX/XXXX

1 Wordmark height = 1 X
2 Text elements
3 Image
4 Call-to-action
5 Consumption values

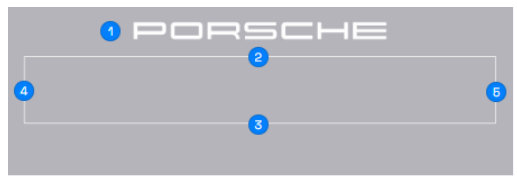
Texto e posicionamento do logotipo

Para formatos compactos, coloque apenas a marca no topo. Se forem mostrados valores de consumo, a distância entre a área de texto e os valores de consumo é 1 X. A distância até a borda inferior do formato é 1 X.


PORSCHE
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts XX,X - außerorts XX,X - kombiniert XX,X (NEFZ); kombiniert XX,X–XX,X (WLTP); CO2-Emissionen in g/km kombiniert: XXX (NEFZ); XXX–XXX (WLTP); Stand XX/XXXX

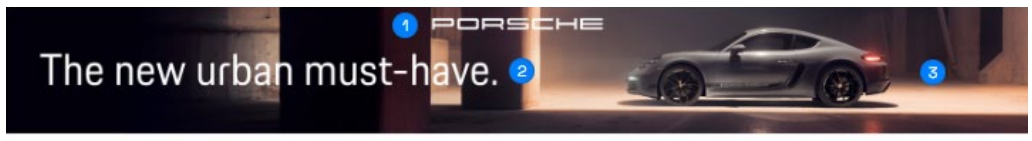
1 Wordmark distance to top format edge: 2 X
2 Lower margin: 5 X to format edge
3 Left margin: 3 X to format edge
4 Right margin: 3 X to format edge
5 Type area distance to consumption values: 1 X
6 Distance consumption values to bottom format edge: 1 X

Se a altura do formato for inferior a 200px, o logotipo será colocado apenas no topo.



1 Distance wordmark to top format edge: 1 X
2 Upper margin: 3 X to format edge
3 Lower margin: 3 X to format edge
4 Left margin: 1 X to format edge
5 Right margin: 1 X to format edge

Formatos Largos



1 Wordmark height = 1 X
2 Text elements
3 Image
4 Consumption values

Texto e posicionamento do logotipo

Para formatos largos, coloque apenas a marca no topo.

Se forem mostrados valores de consumo, a distância entre a área de texto e os valores de consumo é 1 X. A distância até a borda inferior do formato é 1 X.

1 Wordmark distance to top format edge: 1 X
2 Upper margin: 3 X to format edge
3 Lower margin: 3 X to format edge
4 Left margin: 3 X to format edge
5 Right margin: 3 X to format edge
6 Type area distance to consumption values: 1 X

Valores de consumo e emissão

Para inserção de valores de consumo e emissão, consulte a área de marketing da Porsche.

BANNERS ONLINE DO CONCESSIONÁRIO

Informações gerais

Devido à grande variedade de formatos e tamanhos, dividimos os banners online em três categorias: estreitos, compactos e largos. Cada categoria corresponde a uma largura de formato específica. Os formatos estreitos incluem tamanhos inferiores a 200px; formatos compactos, entre 200px e 468px; e formatos amplos, entre 468px e 1080px.

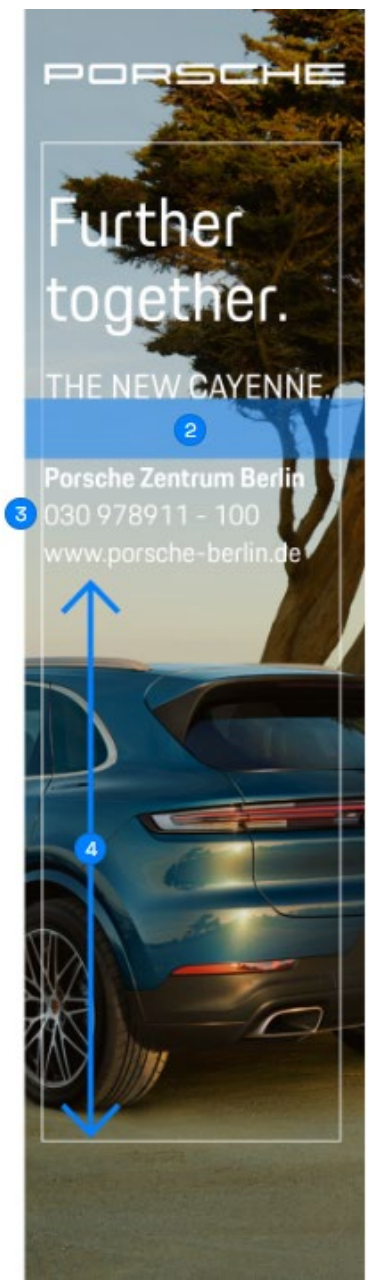
Sempre colocamos a marca no topo dos formatos de banner.

1 Narrow = <200px 2 Compact = 200px - 468px 3 Wide = 468px - 1080px

Formatos Estreitos

1 Type area and logo placement as per Online Banners Guidelines.

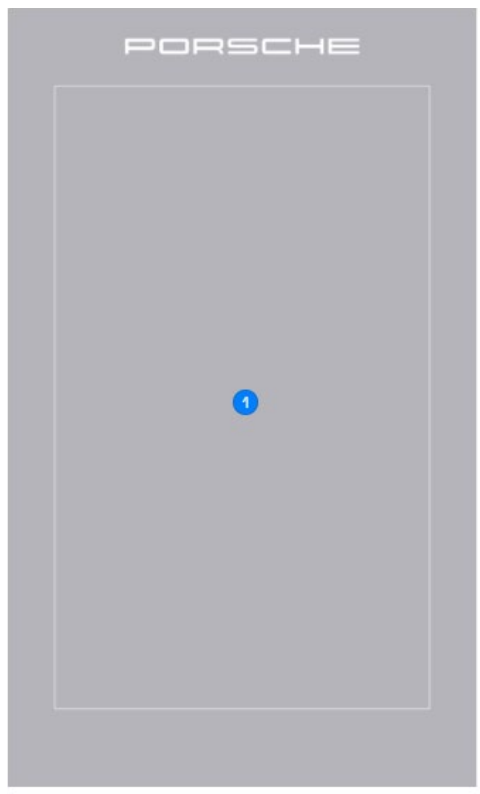
2 Minimum distance to dealer information: 3 X



3 Dealer information: max. 3 lines

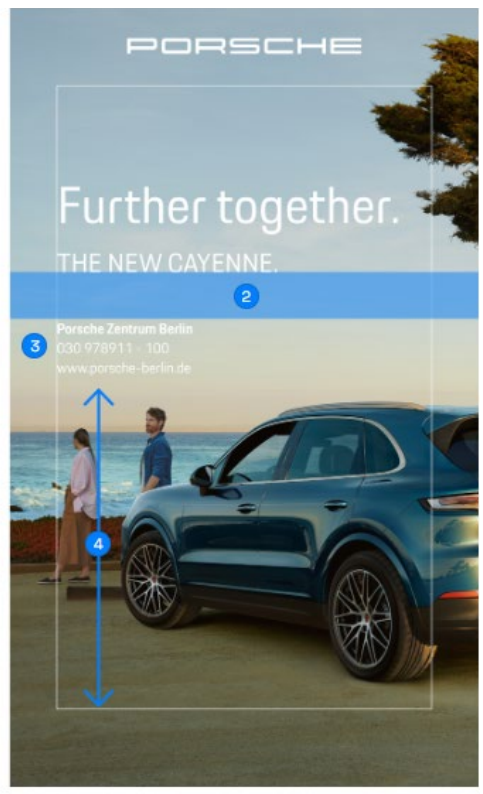
4 Text position: flexible

Formatos Compactos



1 Type area and logo placement as per Online Banners Guidelines.

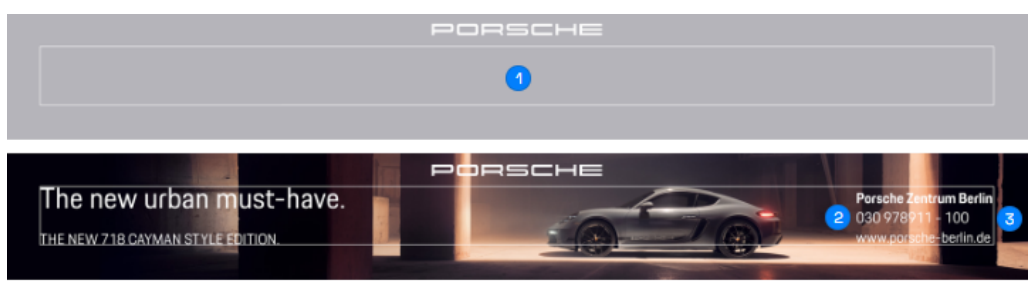
2 Minimum distance to dealer information: 3 X



3 Dealer information: max. 3 lines

4 Text position: flexible

Formatos Largos



1 Type area and logo placement as per Online Banners Guidelines.

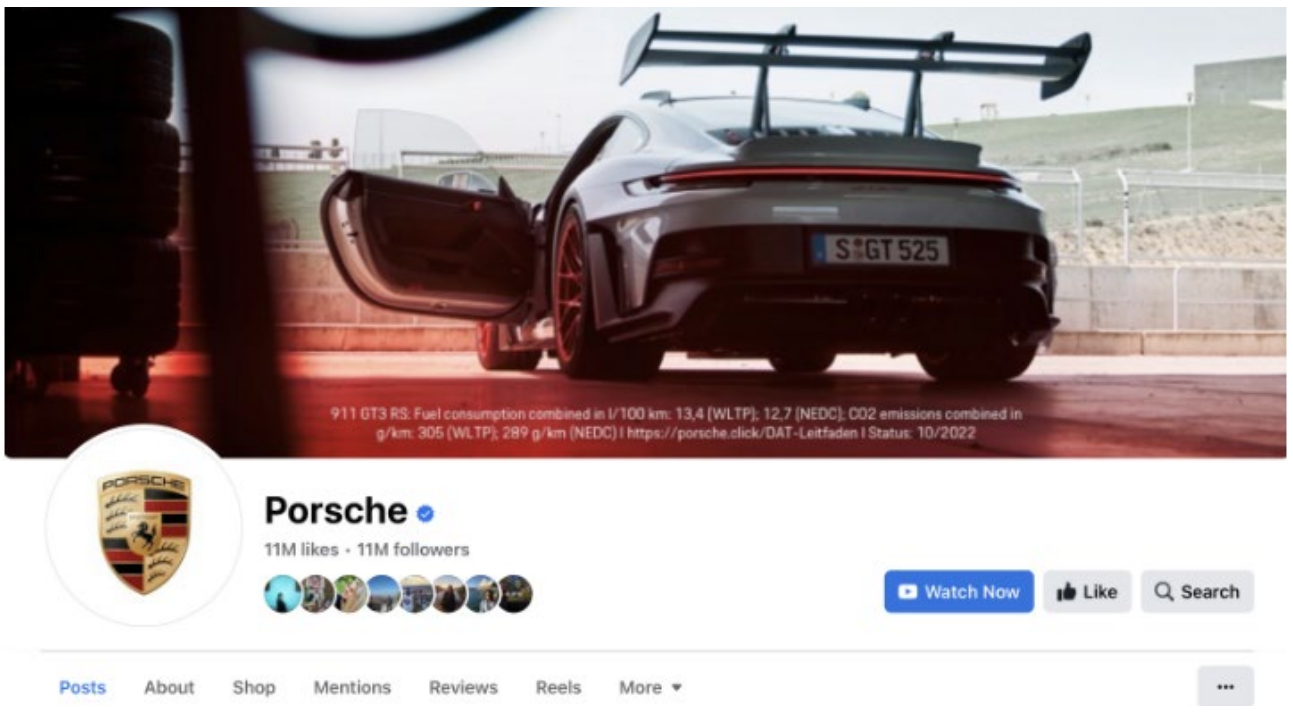
2 Dealer information: max. 3 lines

3 Text position: right aligned

MANUAL DE MÍDIA SOCIAL

Diretrizes do canal do Facebook

A Porsche está presente no Facebook com um canal global principal, com vários perfis focados em mercados ou tópicos específicos quando uma necessidade é identificada e a solicitação atende aos critérios. O principal KPI é o engajamento, seguido pelo alcance.



Regras de nomenclatura

- Perfis para tópicos especiais (global): Nome “Porsche” + tópico, como “Museu Porsche”.
- Perfis para mercados e regiões: Nome “Porsche” + localização, como “Porsche Brasil”.
- Perfis para Centros Porsche: nome do centro Porsche, como “Porsche Center São Paulo”.

Foto do perfil da página comercial

Existem algumas semelhanças entre uma foto de perfil pessoal e sua página comercial do Facebook, mas há certas características que farão com que a imagem de perfil de sua página comercial do Facebook se destaque mais na plataforma.

- 360 x 360 px (as dimensões mínimas são 180x180 px).
- 170 x170 px em desktop.
- 128 x128 px em dispositivos móveis.
- 32 x 32 px como miniatura.
- A imagem será cortada para caber em um quadrado.
- Se a foto do perfil puder ser clicada, o brasão clássico (com “Stuttgart”) deverá ser usado.

Foto de capa do Facebook

As fotos de capa do Facebook aparecem apenas na sua página específica do Facebook, atrás da foto do seu perfil.

- Exibido em 820 x 312 px no desktop.
- Exibido em 640 x 360 px em dispositivos móveis.
- Para obter os melhores resultados, certifique-se de fazer upload de um arquivo JPG RGB com menos de 100 KB.
- Se a sua foto de capa incluir uma imagem ou texto, é recomendado um arquivo PNG.

Melhores Práticas

Com 2,91 bilhões de usuários mensais ativos (36,8% da população mundial!), o Facebook ainda é a maior plataforma de mídia social. E como o usuário médio passa 19,6 horas por mês no Facebook, há muitas oportunidades de chegar ao seu público-alvo. Além de uma compreensão geral da dinâmica desta plataforma, o que fazer e o que não fazer devem ser considerados:

O que fazer

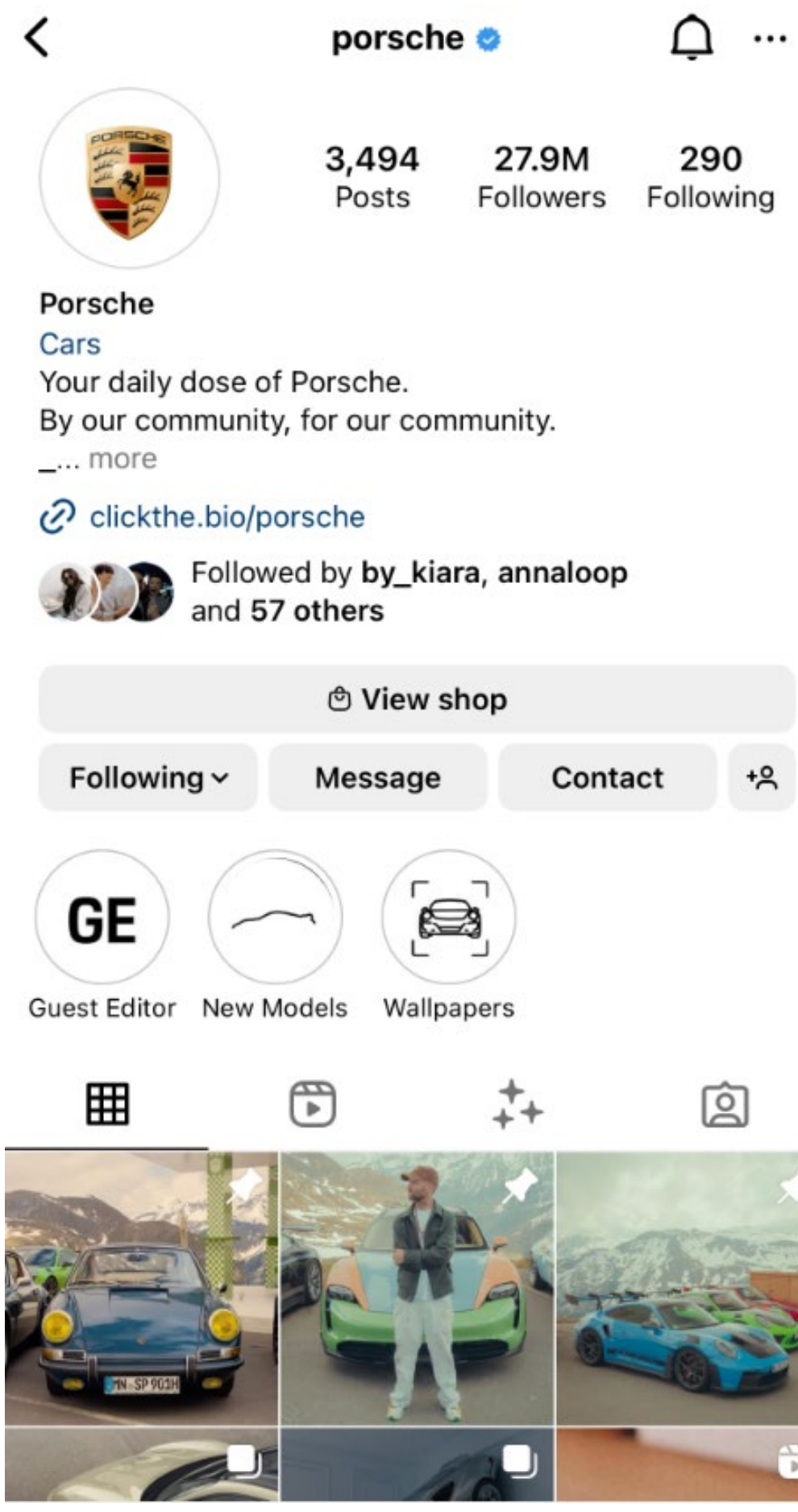
- Compartilhe conteúdo inspirador.
- Mostre uma mistura de carros e pessoas no conteúdo.
- Use o princípio dos 4 olhos antes de cada publicação, onde pelo menos 2 pessoas revisam.
- Mostre a comunidade Porsche.
- Sempre compartilhe fotos e vídeos da mais alta qualidade.
- Teste e aprenda na plataforma à medida que ela evolui.
- Os vídeos devem ser sempre publicados de forma nativa, não como links do YouTube. Os links do YouTube são simplesmente postagens de links para o algoritmo do Facebook, portanto, têm peso e efeito diferentes no algoritmo.

O que não fazer

- Evite notícias negativas em postagens e conteúdos.
- Evite usar hashtags no Facebook.
- Não poste conteúdo difamatório, pornográfico, não licenciado pela Porsche, perturbador ou insultuoso.
- Não aplique uma abordagem de tamanho único.

Diretrizes do canal do Instagram

A Porsche está presente no Instagram com um canal global principal, com vários perfis focados em mercados ou tópicos específicos quando uma necessidade é identificada e a solicitação atende aos critérios. O principal KPI é o engajamento, seguido pelo alcance.



Regras de nomenclatura

- Perfis para tópicos especiais (global): Nome "Porsche" + tópico, como "Museu Porsche".
- Perfis para mercados e regiões: Nome "Porsche" + localização, como "Porsche Brasil".
- Perfis para Centros Porsche: nome do centro Porsche, como "Porsche Center São Paulo".

Foto de perfil

No Instagram, a foto do perfil é mostrada em um formato muito pequeno, por isso deve-se garantir que o logotipo da marca esteja bem visível.

A imagem do perfil da Porsche deve ser o emblema da Porsche em conformidade com o CI mais atualizado em um fundo branco. Por campanha, pode ser ligeiramente alterado (ex.: logotipo Porsche 75 Anos).

- Dimensões da foto do perfil: 320x320 pixels, proporção de 1:1.

Melhores Práticas

O Instagram é um canal onde os usuários esperam conteúdo bonito e inspirador. Também é um ótimo lugar para construir um senso de comunidade compartilhando os Momentos Porsche.

O que fazer

- Use o princípio dos 4 olhos antes de cada publicação, onde pelo menos 2 pessoas revisam.
- Compartilhe conteúdo inspirador.
- Mostre uma mistura de carros e pessoas no conteúdo.
- As concessionárias Porsche devem seguir contas relevantes, como contas Porsche globais, centros Porsche, clubes Porsche, etc.
- Sempre compartilhe fotos e vídeos da mais alta qualidade.

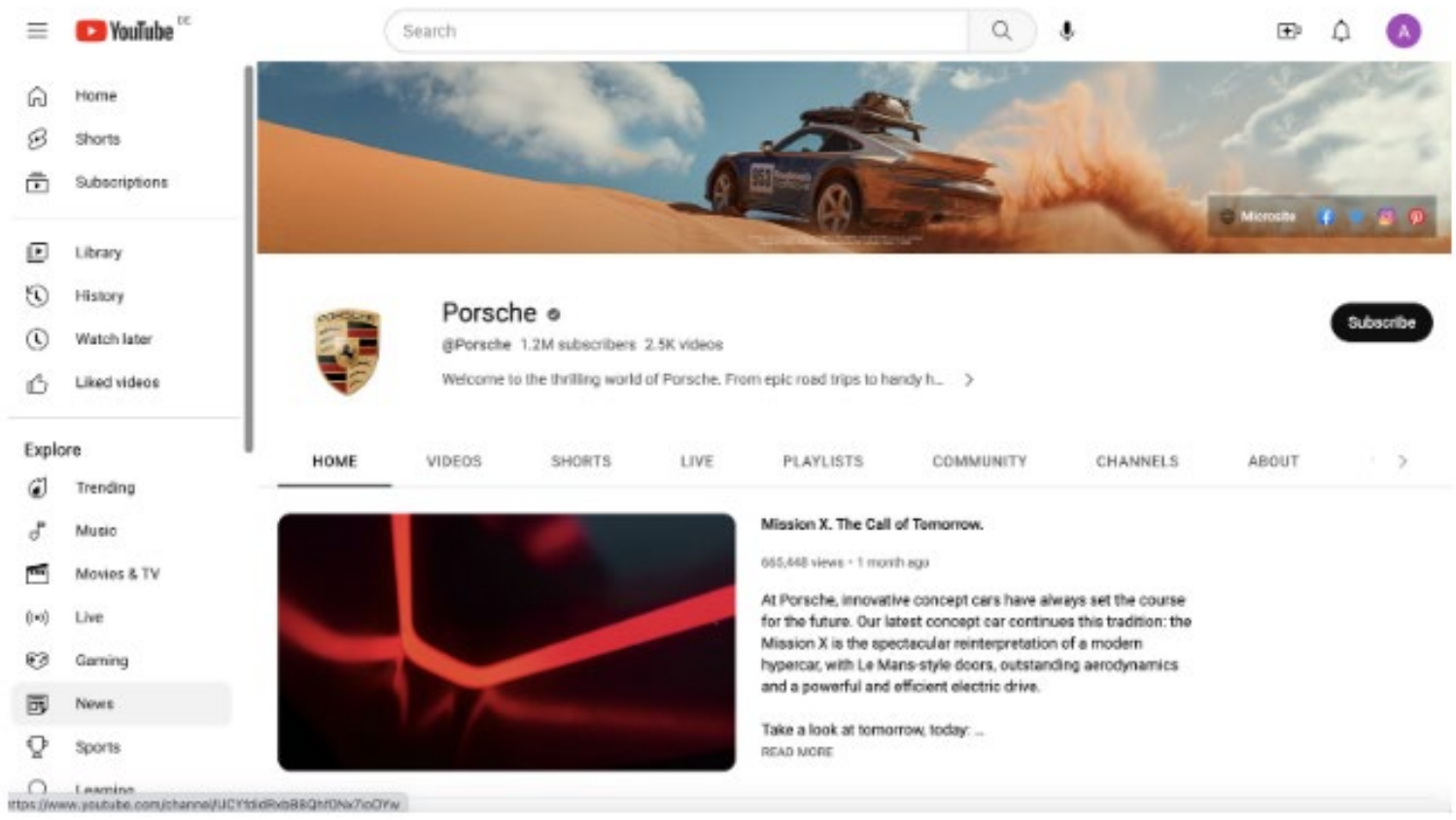
O que não fazer

- Não compartilhe conteúdo de vendas, empurrando produtos ou recursos para os consumidores.
- Nunca compartilhe um link na legenda, apenas nas histórias do IG ou referindo-se ao link na bio.
- Não poste conteúdo difamatório, pornográfico, não licenciado pela Porsche, perturbador ou insultuoso.

Diretrizes do canal do YouTube

O YouTube é nosso canal preferido para campanhas emocionais de longa duração, histórias de estilo de vida automotiva e vídeos de instruções. O principal KPI é engajamento e conscientização.

A Porsche está presente no YouTube com um canal global principal, com vários perfis focados em mercados ou tópicos específicos quando uma necessidade é identificada e a solicitação atende aos critérios.



Regras de nomenclatura

- Perfis para tópicos especiais (global): Nome “Porsche” + tópico, como “Museu Porsche”.
- Perfis para mercados e regiões: Nome “Porsche” + localização, como “Porsche Brasil”.
- Perfis para Centros Porsche: nome do centro Porsche, como “Porsche Center São Paulo”.

Imagem de perfil e cabeçalho

A imagem do perfil da Porsche deve ser um emblema da Porsche em conformidade com o CI em um fundo branco. Por campanha, pode ser ligeiramente alterado (por exemplo, o 75º aniversário).

- Dimensões para fotos de perfil: 800 x 800 px.
- Dimensões para imagens de cabeçalho: min. 2.048 x 1.152 pixels, mín. espaço de segurança para texto e logotipos 1.546 x 423 px, imagens maiores podem ser cortadas em alguns dispositivos. Máx. largura: 2.560 x 423 px, o que significa que o “espaço de segurança” estará sempre visível em todos os dispositivos. Os espaços em cada lado da imagem do cabeçalho ficarão visíveis ou cortados dependendo do tamanho do navegador.
- Tamanho do arquivo: máx. 6 MB.
- Tipos de arquivo: JPG, PNG.

O que fazer

- Use o princípio dos 4 olhos antes de cada publicação, onde pelo menos 2 pessoas revisam.
- Adicione palavras-chave relevantes como tags a cada upload de vídeo.
- Garanta que a narrativa esteja na vanguarda do conteúdo do YouTube.
- Os títulos não devem ser muito longos e têm de apresentar palavras-chave relevantes logo no início.
- Inclua miniaturas adequadas aos vídeos.

O que não fazer

- Não carregue vídeos que não cumpram o elevado nível de qualidade da Porsche.
- Não publique conteúdo difamatório, pornográfico, não licenciado pela Porsche, perturbador ou insultuoso.
- Não adicione conteúdo que não seja globalmente relevante.

Diretrizes do canal do Twitter

No Twitter, a Porsche está presente com um canal global principal, bem como vários canais nacionais, de temas especiais e de revendedores. O principal KPI é o alcance.

Regras de nomenclatura

- Perfis para tópicos especiais (global): Nome "Porsche" + tópico, como "Museu Porsche".
- Perfis para mercados e regiões: Nome "Porsche" + localização, como "Porsche Brasil".
- Perfis para Centros Porsche: nome do centro Porsche, como "Porsche Center São Paulo".

Imagem de perfil e cabeçalho

A imagem do perfil da Porsche deve ser um emblema da Porsche em conformidade com o CI em um fundo branco. O tópico ou nome do mercado pode ser adicionado abaixo. Por campanha, pode ser ligeiramente alterado em alinhamento com os canais globais (ex.: 75 anos).

- Dimensões ideais das fotos de perfil: 400 x 400 px.
- Dimensões ideais de imagens de cabeçalho: 1500 x 500 px.
- Tamanho do arquivo: máx. 2MB.
- Tipos de arquivo: JPG, GIF ou PNG.

Imagem de cabeçalho

Imagens de alta qualidade que cobrem todo o tamanho do cabeçalho do Twitter e estão diretamente relacionadas à Porsche.

Melhores Práticas

O Twitter é um canal onde os usuários esperam reações rápidas. Os tweets devem ser claros e concisos. As marcas têm a oportunidade de interagir com profissionais de mídia e fãs altamente envolvidos de uma forma muito direta.

O que fazer

- Use o princípio dos 4 olhos antes de cada publicação, onde pelo menos 2 pessoas revisam.
- As contas Porsche devem seguir outras contas relevantes, como páginas globais da Porsche, centros Porsche, clubes Porsche, etc.
- Promova relacionamentos com seguidores para aumentar o número de fãs e alcançar públicos relevantes.
- Os vídeos devem sempre ser postados de forma nativa, não como links do YouTube.
- Combinar hashtags de tendências atuais com nossos próprios tópicos pode levar a um bom envolvimento e desempenho.
- Aproveitar as tendências do Twitter quando aplicável.

O que não fazer

- Não postar conteúdo de vendas, empurrando produtos ou recursos para os consumidores.
- Não publicar conteúdo difamatório, pornográfico, não licenciado pela Porsche, perturbador ou insultuoso.

FORMATOS DE CONTEÚDO

Formatos de canal do Facebook

Regras para redigir postagens no Facebook:

- Descrições de texto mais curtas: entre 25 e 50 caracteres; evite hashtags.
- As informações mais importantes devem estar sempre nos primeiros 80 caracteres, pois postagens mais longas são truncadas automaticamente no aplicativo móvel, o que fornece a mensagem 'Veja mais' no final do texto inicial.
- Em relação à frequência de postagem, uma página deve ter como meta três postagens por semana, passando para cinco; depois, deve-se medir o desempenho e repetir a partir daí.
- O tempo de duração ideal deve ser 30 a 60 segundos.

Imagens

- Formato do arquivo: JPG ou PNG.
- Postagens e fotos da linha do tempo: 1200 x 630.
- Fotos da capa: 851 x 315.
- Foto do perfil: 170 x 170.
- Histórias: 1080 x 1920.

Imagem compartilhada no Facebook

- 1200 x 630 pixels.
- As imagens compartilhadas aparecem no feed de notícias com largura máxima de 470 px.
- A proporção máxima tem dimensão de 1:1.

Imagem de capa do evento no Facebook

- Proporção de aspecto 16:9.
- 1920 x1005 px é o tamanho recomendado.
- No feed, reduzir para as dimensões mínimas de mídia social, de 470×174 px.

Tamanho da imagem das histórias do Facebook

- Imagem de histórias: 1080 x 1920 pixels.
- Criar Stories no Facebook é semelhante a criar Stories no Instagram, e o tamanho da imagem é o mesmo.
- No celular, a proporção de uma história do Facebook é 16:9, que ocupa a tela inteira.

Postar vídeo

- 1280x720 px são as dimensões recomendadas para modo paisagem e retrato.
- A proporção para paisagem é 16:9, e retrato, 9:16, com exceção de vídeos contendo links (16:9).
- No celular, a proporção será renderizada para 2:3.
- Formato: MP4, MOV.
- Duração máxima: 240 minutos.
- Tamanho máximo do arquivo: 4 GB.

Vídeo Stories

- Resolução ideal: 1080 x 1080 px.
- Comprimento máx.: 2 minutos.
- Formato: MP4, MOV.
- Aspect ratio 1:91 para 9:16.

Formatos de canais do Instagram

Regras para elaboração de postagens no Instagram

- O comprimento ideal do texto de postagem é de 1 a 2 frases, no máximo, 230 caracteres.
- Evite muitas hashtags no Instagram, mas às vezes é bom incluir uma ou duas que seja adequadas.
- Ao redigir textos e imagens para mídias sociais, é essencial ter em mente que a maioria dos usuários visualiza o conteúdo em seus celulares. Pense: "primeiro o celular" e "K.I.S.S.", portanto, seja curto e simples. Mesmo em uma pequena tela de celular, cada texto e imagem deve ser legível, e sua mensagem deve ser transmitida em segundos. Crie limitadores de polegar.

Fotos

As fotos normalmente são postadas em formato vertical (4:5) para melhor desempenho. Até 10 fotos e vídeos curtos podem ser publicados em uma postagem do carrossel. Isso é recomendado quando você deseja apresentar várias fotos do mesmo evento ou campanha. Tenha sempre em consideração o corte 1:1 para a grelha IG.

- Formato do arquivo: JPG ou PNG.
- Tamanho do arquivo: máx. 30MB.
- Dimensões formato vertical: 2.000 x 2.500 px, proporção de 4:5.
- As imagens não devem incluir texto.

Formatos de canais do Instagram

Vídeos/Reels

Os vídeos podem ser compartilhados no formato Reels ou em formato mais longo, mas todos ficarão na mesma guia "vídeo" do perfil. Recomenda-se sempre compartilhar vídeos no formato Reels (9:16), respeitando a exigência de tempo e o formato vertical.

- Formato de arquivo: MP4, MOV.
- Tamanho do arquivo: máx. 4GB.
- Legendas: recomendadas/opcionais.
- Duração do vídeo: 1 a 90 segundos, mas a duração recomendada é de 15 segundos.
- Os vídeos devem manter textos pequenos.
- Formato: 1080 x 1920 pixels, proporção de 9:16.

Stories

Todas as fotos e vídeos aqui serão publicados no formato 9:16. Os stories também podem incluir adesivos interativos como enquetes, músicas, links, marcação de localização, contagens regressivas, questionários e reações de emoji.

- Tamanho do arquivo: máximo 4 GB.
- Duração do vídeo das histórias: 15 segundos.
- Dimensões: 1.080 x 1.920 pixels, proporção de 9:16.
- Margens: regra de 250 pixels – certifique-se de deixar 250 pixels livres na parte superior e inferior do visual.

Formatos de canais do YouTube

Regras para elaboração de uploads para o YouTube

- Comprimento do título: até 100 caracteres; para dispositivos móveis, apenas os primeiros 35 a 45 caracteres ficam visíveis.
- Adicione meta tags relevantes (relevantes para SEO).
- Adicione hashtags relevantes à descrição do vídeo.
- Use palavras-chave relevantes na primeira parte do título, otimize títulos e textos de uma perspectiva de SEO.

Vídeos

Os usuários do YouTube às vezes encontram vídeos por meio de seu feed, mas principalmente por causa de uma pesquisa manual por determinadas palavras-chave. Devido a esse comportamento do usuário, é importante otimizar os uploads do ponto de vista SEO. Isso significa que palavras-chave devem ser usadas logo no início dos títulos e também nos textos descritivos. Meta tags com palavras-chave relevantes devem sempre ser adicionadas. Além disso, miniaturas personalizadas e relevantes devem ser adicionadas para atrair o público.

- Dimensões recomendadas: 426 x 240 (240p), 640 x 360 (360p), 854 x 480 (480p), 1.280 x 720 (720p), 1.920 x 1.080 (1.080p), 2.560 x 1.440 (1.440p) e 3.840 x 2.160 (2.160p).
- Proporção de aspecto: 16:9.
- Tamanho do arquivo: máx. 128GB.
- Tipos de arquivo: .MOV, .MPEG4, .MP4, .AVI, .WMV, .MPEGPS, .FLV, 3GPP e WebM.
- Duração do vídeo: máx. 12 horas.
- Miniaturas: 1280 x 720 pixels, 16:9, máx. 2MB.

YouTube Shorts

O YouTube Shorts ganhou muita popularidade em um curto espaço de tempo. Portanto, enviar vídeos curtos e atraentes pode encantar esse público crescente, bem como aumentar o número de assinantes da Porsche que gostariam de ver mais Shorts da Porsche no futuro. Ao postar seu vídeo de Shorts, estes são alguns pontos essenciais que você deve ter em mente:

- Proporção: 9:16 (cria o formato vertical).
- Formato de arquivo: MP4, MPEG.
- Resolução: 1920 pixels por 1080 pixels (proporção padrão de comprimento por largura para conteúdo vertical).
- Duração: 15-60 segundos. Porém, não é necessário usar todos os 60 segundos para o seu vídeo. Concentre-se em agregar valor ao seu público em um formato conciso e envolvente.
- Música: use músicas ou efeitos sonoros cativantes, licenciados comercialmente para atrair o público a assistir ao vídeo inteiro. Edite os vídeos de forma criativa para torná-los mais interessantes visualmente.
- Título: É o primeiro ponto de contato que você tem com seu público? Ou um vídeo vertical de suporte que provoca um vídeo horizontal mais longo? Em ambos os casos, um título otimizado do YouTube atrairá um público-alvo, enquanto um título enganoso, indutor de cliques, repelirá o seu público.
- Nativo: Cortes de formato horizontal mais longo tendem a ter desempenho inferior. Concentre-se na criação de ideias de vídeos verticais em sua fase conceitual que funcionem como conteúdo independente, em vez de simplesmente duplicar um recurso de vídeo que o acompanha.

E-MAILS E NEWSLETTER

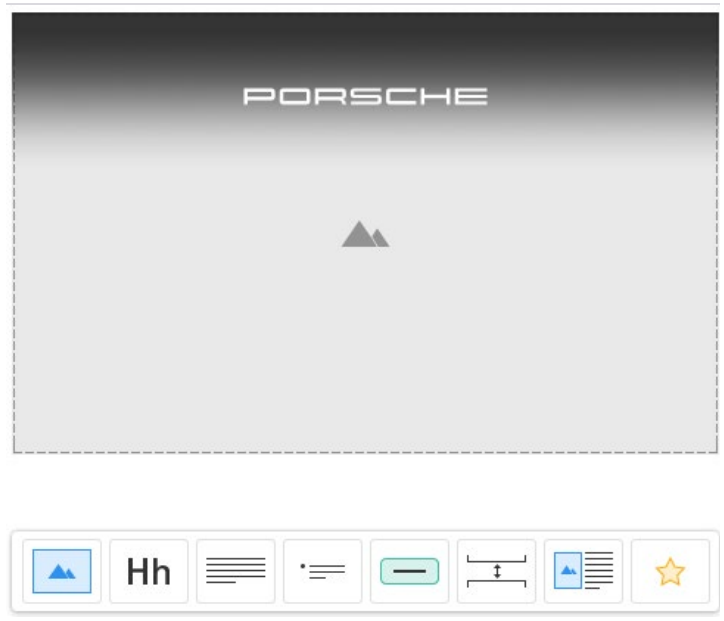
Os e-mails são um importante ponto de contato da marca para um marketing eficaz e comunicação direta, cujo objetivo é envolver os clientes e construir uma identidade forte.

Para garantir um design eficiente e qualitativo, fornecemos um Template Designer para configurar modelos de e-mail pré-construídos com diferentes módulos de conteúdo e variantes visuais. Tudo seguindo o Brand Design global e testado para diferentes dispositivos, clientes e outros requisitos de compatibilidade.

Os modelos de e-mail criados no designer de modelos podem ser transferidos diretamente para o C@P Marketing ou exportados como modelo HTML simples, para uso com outras ferramentas de marketing por e-mail.

O Template Designer está disponível através da Porsche Partner Network com uma licença válida. Para obter acesso, entre em contato com brand@porsche.de.

Designer de modelo de e-mail



O que não fazer

Não use texto em imagens nem use imagens de texto.

Use texto "real" como conteúdo que você espera que todos possam ler. Use CSS para estilizá-lo visualmente de forma dinâmica. Imagens de texto não podem ser ampliadas ou reduzidas por usuários com visão reduzida sem ficarem borradas ou pequenas demais para serem lidas.

Não use imagens ou mídias grandes.

Imagens e mídia devem sempre ser escolhidas com tamanho de arquivo apropriado (<1MB). Caso contrário, o desempenho de carregamento diminuirá drasticamente.

Não use GIFs.

GIFs não são suportados em todos os navegadores. Além disso, se for escolhida uma qualidade apropriada, eles geralmente são muito grandes, o que pode causar falhas na animação.

Não use assinaturas físicas.

Assinaturas físicas não são adequadas para pontos de contato digitais. Use uma imagem de avatar para personalização.